Forbes România
THE HEART OF BUSINESS
Forbes.ro

Forbes Kids

SUMMER ISSUE

Forbes HEROES

SPECIAL

CELE·MAI·VÂNDUTE·CĂRȚI

14.9 LEI
07
IULIE-AUGUST 2017
5 948491 780986
184

YOGA BOOK

2-ÎN-1 REINVENTAT

Disponibil la:

eMAG ALTEX FLANCO MEDIA GALAXY

DESENEAZĂ CA UN PROFESIONIST

Salvează instant fiecare cuvânt sau linie marcate pe hârtie sau notebook. Uiți de grija pierderii notițelor.

TASTATURĂ HALO

Cea mai subțire și mai inteligentă tastatură optimizată software. Concepută pentru generația Touch.

SUNET CAPTIVANT

Sunetul prinde viață datorită tehnologiei avansate oferită de Dolby Audio™ Premium. Simte-te mereu în mijlocul acțiunii.

BATERIE CONCEPUTĂ SĂ REZISTE

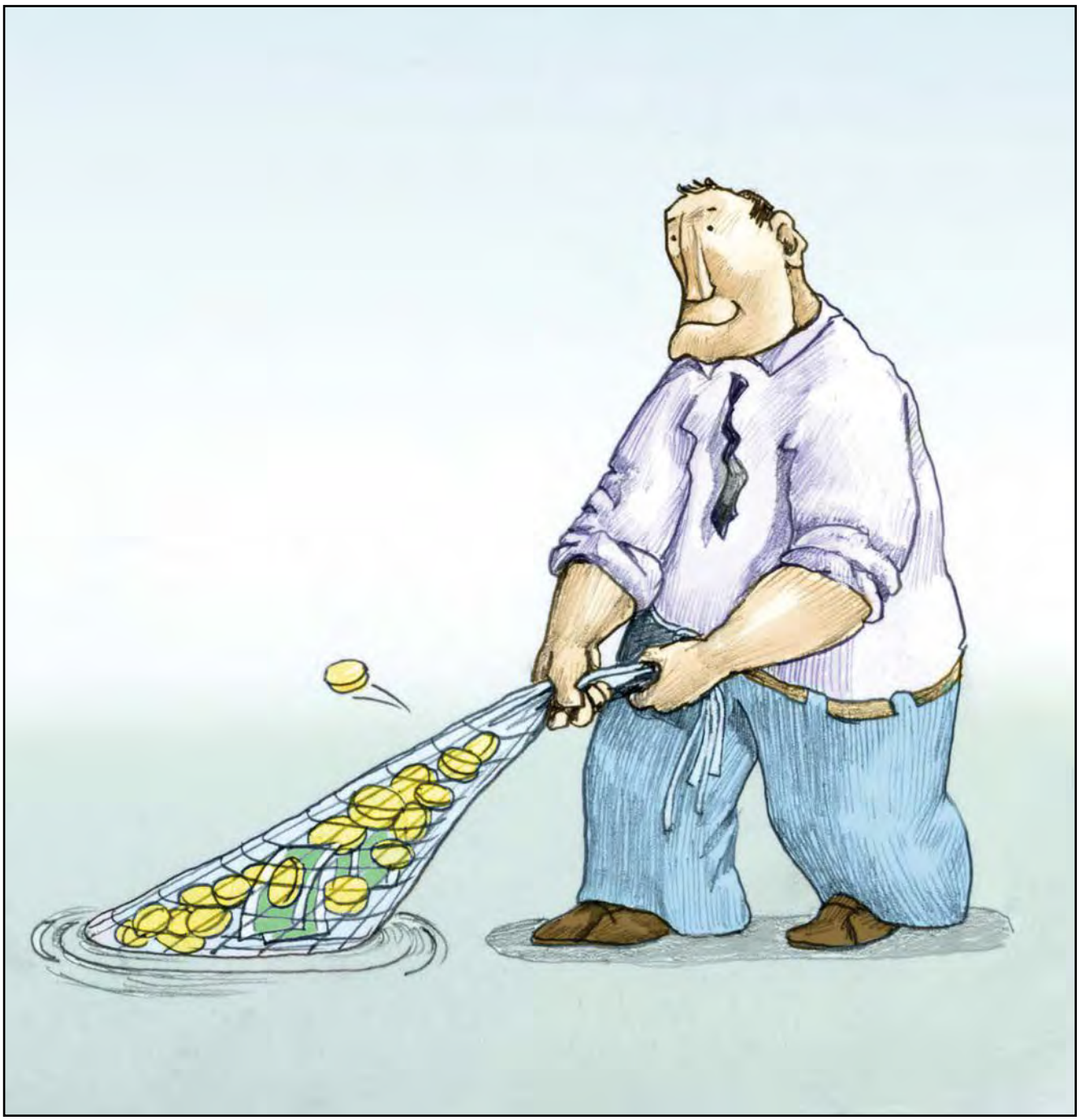
O încărcare pe zi este tot ce ai nevoie datorită bateriei de 8500 mAh. Autonomie de până la 13 ore.

Procesor Intel Atom® x5. Intel Inside®. Performanțe extraordinare la exterior.

Lenovo își rezervă dreptul de a modifica oricând ofertele și specificațiile produselor fără vreo informare în prealabil. Imaginile modelelor prezentate au fost folosite doar cu scop ilustrativ. Compania Lenovo nu este responsabilă pentru nicio greșeală sau neconcordanță de tipografie sau de imagine. Informațiile prezentate nu implică obligații contractuale.
Lenovo, logo-ul Lenovo și Yoga Book, sunt mărci sau mărci înregistrate ale Lenovo.
Intel, logo-ul Intel, Intel Inside, logo-ul Intel Inside, Intel Atom și Intel Atom Inside sunt mărci înregistrate ale Intel Corporation în S.U.A. și/sau în alte țări.
Microsoft și Windows sunt mărci înregistrate ale Microsoft Corporation în S.U.A. și/sau în alte țări. Alte mărci sau nume pot fi proprietatea altora.
© Lenovo 2017. Toate drepturile rezervate.

www.lenovo.ro

CUPRINS
IULIE – AUGUST 2017



MEETING POINT

INOVAȚIE ÎN CAPSULE

Pag. 030 O inovație majoră este suficientă pentru ca o firmă înființată cu doar 30 de ani în urmă să scrie istorie.

UP&DOWN

CÂTĂ AVUȚIE NE-A MAI RĂMAS?

Pag. 036 Avuția netă a întregii populații a României era de peste 1.000 mld. lei, la 30 septembrie 2016, arată datele BNR.

CORE BUSINESS

IEȘIREA DIN POST-CRIZĂ

Pag. 042 Când încep să adune grămezi de bani, băncile din România nu se grăbesc să le înmulțească, prin credite.

STRĂZILE NU AU NEVOIE DE NUME CA SĂ FIE MEMORABILE.

NOUL MINI COUNTRYMAN ALL4.
ADAUGĂ-ȚI POVESTEA.

MINI

CUPRINS
IULIE – AUGUST 2017

SPECIAL

PASIUNEA ÎNSEAMNĂ SUCCES

Pag. 170 La vârsta la care cei mai mulți de-abia își încep ascensiunea profesională, un mureșean a ajuns în rândul celor mai stimați membri ai mediului universitar.

SPECIAL

ATENȚIA ESTE TOTUL

Pag. 178 Laura Călin, creatoarea „V for Vintage", târg de design contemporan și cultură vintage, a dezvăluit ingredientele care au ajutat-o în business.

SPECIAL

FORBES HEROES 2017

Pag. 152 Forbes România a adus în fața publicului, pentru al patrulea an consecutiv, adevărații eroi și modelele veritabile care contribuie la progresul societății.

There is no mystery
about a Girard-Perregaux,
simply more than two centuries of craftsmanship
and a perpetual commitment to perfection.

LAUREATO, STEEL CASE, 42 MM

GP
GIRARD-PERREGAUX

SWISS HAUTE HORLOGERIE SINCE 1791

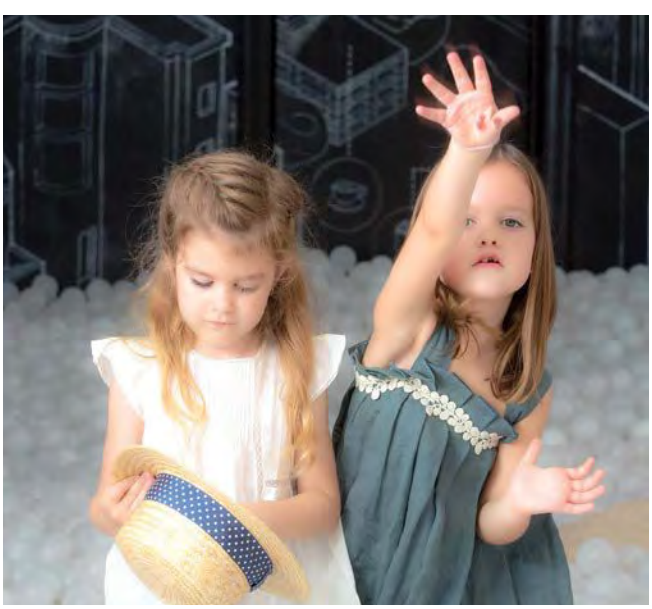
GALT
orologerie elvetiana

CALEA DOROBANȚILOR 153
GEORGE ENESCU 5
THE GRAND AVENUE AT J.W.MARRIOTT
TEL: 021 318 91 70 • www.ceasuri.ro

SPECIAL

CELE MAI VÂNDUTE CĂRȚI

Pag. 106 Vânzările de carte în România au stagnat în ultimii trei ani. Cauza: degradarea sistemului de învățământ și de educație. Viitorul cărții este neclar și imprevizibil.



FORBES KIDS

SPLASH!

Pag. 074 Pentru a sărbători cei 5 ani pe care îi împlinește Forbes Kids, primul pictorial vorbește despre vacanță și căldura verii într-un cadru mai puțin obișnuit.

Forbes România
www.forbes.ro

REDACTOR-ȘEF
IONUȚ BONOIU
ionut.bonoiu@forbes.ro

SENIOR SALES MANAGER
BOGDAN ȘTEFĂNESCU
bogdan.stefanescu@forbes.ro
0744347080

SENIOR SALES MANAGER
ANTONIU MARCU
antoniu.marcu@forbes.ro
0722287273

SENIOR ART DIRECTOR
ANDREI MICHAILOV
andrei.michailov@forbes.ro

ART DIRECTOR
ALEXANDRU DANIEL NECULAI
alexandru.neculai@forbes.ro

SENIOR EDITOR
PETRE BARBU
petre.barbu@forbes.ro

REDACȚIE
ANDREI PANAIT
andrei.panait@forbes.ro
MIHAELA DALAR STANCA
mihaela.stanca@forbes.ro
ALINA BOTEZATU
alina.botezatu@forbes.ro
IRINA PANĂ
irina.pana@forbes.ro
ATENA ENEA
atena.enea@forbes.ro
GEORGIANA CIOFOAIA (ForbesLIFE)
georgiana.ciofoaia@forbes.ro

EDITOR FOTO
MARIUS DAN MICHAILOV
marius.michailov@forbes.ro

FOTOGRAFI
ANDRADA MIHĂILESCU
andrada.mihailescu@forbes.ro
MARIUS DAN MICHAILOV
marius.michailov@forbes.ro

bp publishing
the media company

GENERAL MANAGER
RALUCA MICHAILOV
raluca@bppublishing.ro

CREATIVE DIRECTOR
MARCEL POMIAN
marcel.pomian@forbes.ro

PRODUCTION MANAGER
CAMELIA CUCU
camelia.gc@yahoo.com

DIRECTOR EXECUTIV
IRINA IVAN
irina@bppublishing.ro

DISTRIBUTION COORDINATOR
CIPRIAN ULMEANU
ciprian.ulmeanu@bppublishing.ro

SUBSCRIPTION COORDINATOR
MARINA TALPĂ
abonamente@forbes.ro
0371409705

Forbes este editată de SC BP Publishing Media SRL conform contractului de licență cu Forbes Media LLC, 60 Fifth Avenue, New York, New York 10011. FORBES este o marcă înregistrată utilizată conform licenței acordate de FORBES LLC.

ADRESA REDACȚIEI
București, Prof. Dr. Victor Babeș, nr. 17, sector 5, cod poștal 050589, tel: +40 031.428.2248

Auditat de Biroul Român de Audit al Tirajelor, membru al Biroului Internațional de Audit al Tirajelor
ISSN 2066-043X

Forbes Life · Forbes Up · Forbes 500 · Lifetime · Forbes Kids · Forbes Tat! · Forbes Cars

Tipărit la Radin print, prin reprezentantul exclusiv pentru România 4Colours, www.4colours.ro

FORBES MEDIA
President & CEO: Michael S. Perlis
Chief Operating Officer: Michael Federle
Senior Advisor, International: Tom Wolf

FOUNDED IN 1917
B.C. Forbes, Editor in Chief (19171954)
Malcolm S. Forbes, Editor in Chief (19541990)
James W. Michaels, Editor (19611999)
William Baldwin, Editor (19992010)

FordStore

ȚIRIAC AUTO

Șoseaua București - Ploiești, nr. 42-44, Sector 1, București
contact center: *4141; www.tiriacauto.ro

241
de parlamentari
au votat moțiunea de cenzură care a condus la căderea Guvernului Grindeanu.

13,7
mld. dolari
va plăti Amazon, fondat de miliardarul Jeff Bezos, pentru lanțul de magazine Whole Foods.

164,5
mil. euro
va plăti retailerul Dedeman, deținut de frații Pavăl, pentru clădirile de birouri AFI Park .

VISUL UNEI ZILE LUNGI DE VARĂ

REDACTOR-ȘEF
IONUȚ BONOIU
ionut.bonoiu@forbes.ro

SE FĂCEA CĂ economia creștea în primul trimestru cu 5,7%, cu mult peste așteptările analiștilor și, în general, ale oricui. În același timp, consumul, considerat principalul motor, își tempera ritmul de creștere, ceea ce bulversa, oarecum, teoriile potrivit cărora creșterea economică s-a bazat în mod aproape exclusiv pe consum. O altă ciudățenie: o firmă deținută de oameni de afaceri români cumpăra un parc de afaceri de la un dezvoltator imobiliar străin, în cadrul uneia dintre cele mai mari tranzacții din istoria domeniului. Părea neverosimil, în condițiile în care românii erau cei care, de obicei, vindeau străinilor.

Cel mai ciudat vis părea însă, de departe, acela că partidul politic care controla majoritatea în parlament a depus o moțiune de cenzură împotriva propriului Guvern. Ba, mai mult, a și reușit să îl doboare, pe lista celor care au votat împotriva Guvernului fiind chiar și unii dintre cei care ocupau fotolii de miniștri. Tot un vis din sfera politică: se făcea că președintele României, cunoscut mai degrabă pentru pasiunea pentru concedii, a început un tur de forță și în mai puțin de o lună s-a întâlnit cu președintele american Donald Trump, dar în același timp și cu cei care se prefigurează a fi adversarii acestuia, cancelarul german Angela Merkel și proaspătul președinte francez Emmanuel Macron.

Mai mult sau mai puțin ciudate, niciunul dintre cele de mai sus nu reprezintă visuri, ci realități ale zilelor noastre, acum, în toiul verii. Ritmul în care ne trăim viața s-a schimbat, ritmul în care se schimbă lumea din jurul nostru s-a accentuat. Avem nevoie, mai mult ca oricând, de un moment de respiro, pentru a evalua unde ne aflăm și, mai important, pentru a decide încotro vrem să ne îndreptăm. Pentru inspirație, vă recomand această ediție specială de vară a revistei Forbes România!

CATENA +

Cel mai premiat brand de sănătate din România

Mereu alături de dumneavoastră

ROMANIA · 2015 Superbrands VII · QUALITY - RELIABILITY - DISTINCTION

Calitate, încredere, diferențiere
2013 și 2015

NR. 1 · CEL MAI BUN RAPORT PREȚ/CALITATE · WWW.BESTBUYAWARD.ORG/ROMANIA-282EW4R · BestBuy AWARD® · CATENA · 2017/2018 · CATEGORIA: LANȚUL DE FARMACII

Cel mai bun raport calitate/preț din România
2014, 2015 și 2016

votat de cititori · TRUSTED BRAND 2015 · Reader's Digest

Calitate, valoare, imagine, înțelegere nevoi, responsabilitate
2014 și 2015

Nr. 1 ÎN CALITATE · CATENA · TOP QUALITY MEDAL · Qudal® 2016/2017 · QUDAL.COM/ROMANIA-7TZD60 · CATEGORIE: LANȚUL DE FARMACII

Lanțul de farmacii Nr. 1 în Calitate
2014 și 2016

Premiul de excelență în Relațiile cu Clienții 2015
Locul I la categoria Farmacii

Premiul Biz 2014, 2015 și 2016
TOP 100 cele mai puternice branduri din România

Premiul Capital 2014
Cele mai puternice companii din mediul de afaceri românesc

Brands for Kids by Forbes 2015 și 2016 - Premiul Special pentru calitatea ofertei legate de sănătatea familiei și a copiilor

01

02

03

EVENIMENT

GALA FORBES 100

FORBES ROMÂNIA A CELEBRAT 100 DE ANI DE LA APARIȚIA BRANDULUI FORBES PRINTR-UN EVENIMENT DE EXCEPȚIE, LA CARE AU PARTICIPAT PESTE 800 DE INVITAȚI.

Organizat în Sala Unirii a Palatului Parlamentului, Gala Forbes 100 a reprezentat un arc peste timp, prin care Forbes România și-a dorit să lege trecutul, prezentul și viitorul. Evenimentul a celebrat, mai presus de toate, arta de a trăi frumos și de a face business de calitate, două principii în care noi, cei de la Forbes România, credem cu toată tăria și pe care le aplicăm în fiecare zi. Partenerii evenimentului au fost BMW România (partener strategic), Nespresso (Official Coffee), Carrefour România (partener strategic), Maurer Imobiliare (partener Platinum), Samsung, Banca Transilvania, Zenith, Galt Orologerie Elvețiană, Garanti Bank, Mc Donald's, Knight Frank, Praktiker (parteneri Gold), Aqua Carpatica și Domeniile Sâmburești (parteneri Silver) și AmCham (partener instituțional).
Momentele artistice au fost susținute de Viorica Pintilie, Trupa Golan, Backstage Boys și Cuibul Artiștilor.

04

05

06

Andrada Mihăilescu / Marius Michailov / Bogdan Baraghin

07

12

16

08

13

17

09

14

18

10

2. Trupa Backstage Boys / / **4. Raluca Michailov** / **5. Hans G. Klemm,** Ambasadorul Statelor Unite ale Americii în România / **9. Viorica Pintilie** / **13. Mihaela Drăghici,** Romaqua și **Carmen Burtea** / **16. Adriana Calcan,** Romprest / **17. Bogdan Miu** / **18. Dinu și Mihaela Ciltea** / **19. Sonia Nechifor,** Comm'ON Branding Lab și **Chef Adi Hădean** /

11

15

19

20

Invitatul de onoare a fost Excelența Sa, Hans G. Klemm, Ambasadorul Statelor Unite ale Americii în România, care a folosit trei cuvinte-cheie pentru a descrie relația țării noastre cu Statele Unite ale Americii: inovație, antreprenoriat și parteneriat. „(...) Dorim să colaborăm cu dumneavoastră și să sprijinim dezvoltarea unui mediu mai puternic pentru antreprenoriat și inovație. Facem acest lucru pentru că ne dorim o Românie mai dinamică și mai puternică, pentru că sunteți un partener atât de bun al Statelor Unite. Tocmai de aceea am elaborat o strategie de sprijinire a antreprenoriatului și inovației în România". Strategia include numeroase programe, special create sau sprijinite de Ambasada SUA în România, printre care Antreprenorul lunii, Global Entrepreneurship Summit sau Young Transatlantic Innovation Leaders Initiative. „În luna octombrie, vom aduce în România programul Trade Wings, cea mai mare misiune comercială condusă de Guvernul SUA care a ajuns vreodată în România".

Mesajul Ambasadorului Klemm pentru Forbes a fost: „Felicitări Forbes și Forbes România pentru excelenta contribuție la jurnalismul economic și vă mulțumesc pentru că evidențiați importanța inovației și antreprenoriatului".

Gala Forbes 100 a fost susținută de Les Ateliers Nomad (Videomapping), Florăriile Iris, Zexe Braserie, Graphtec Design, Revtech, PepsiCo, Hansen, AntiqueCenter, Anticariat 1, Romanian Bussiness Leaders, Koon, Different Motorcycle, Nomad SkyBar, Residence Hotel, Calif, Petrișor Events, Allkimik.

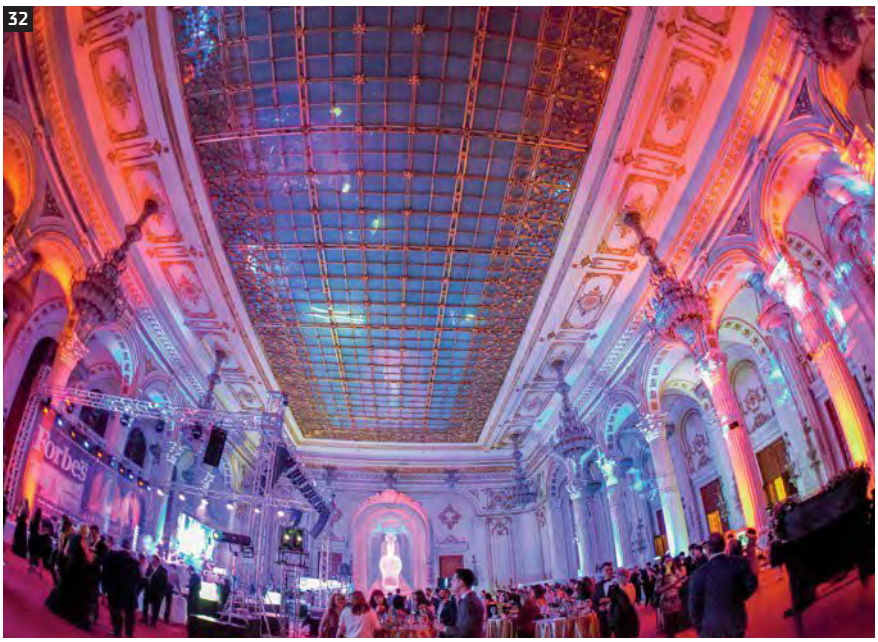
21

22

23

Andrada Mihăilescu / Marius Michailov / Bogdan Baraghin

20. Hans G. Klemm, Ambasadorul Statelor Unite ale Americii în România / **22. Eli Laslean, Adi Hădean** și **Ana Maria Popescu** / **25. Mara** / **27. Andreea și Adrian Buga,** Argoart / **28.** Prima copertă a revistei Forbes, din 1917 / **29. Mirela Bucovicean și Raluca Michailov** /

32


38

39

33

36

40

34

35

37

Andrada Mihăilescu / Marius Michailov / Bogdan Baraghin

41

42

43

44

45

32. Videomapping Les Ateliers Nomad / **33. Ionuț Bonoiu**, **Hans G. Klemm**, Ambasadorul SUA în România și **Raluca Michailov** / **36. Dragoș Anastasiu**, Eurolines și **Magda Bei,** Graphtec Design / **37.** Tort aniversar creat de Zexe Braserie / **40.**Backstage Boys / **41.** Echipa Forbes România / **42.** Koon / **43. Virginia Oțel,** Garanti Bank / **48.** Trupa Golan

46

47

48

MARIUS GHENEA
Director de investiții, 3TS Capital Partners

Povești despre afaceri, la volanul unui Mercedes-Benz

Antreprenor în serie şi business-angel de succes, Marius Ghenea vorbește, din postura de ambasador Țiriac Auto pentru Mercedes-Benz, despre afaceri, mentalități și una dintre pasiuni, automobilul.

Cum a ajuns fiul a doi profesori din Craiova un om de afaceri de succes? De unde pasiunea pentru business?

Evident, fiind născut în 1968 şi trăind primii 21 ani din viaţă în comunism, nici eu şi nici alţi colegi de generaţie nu am fost în mod particular încurajaţi către activităţi independente, antreprenoriale. Cel mai firesc teren de competiţie mi s-a părut, cel puţin până la Revoluţie, şcoala, fie că vorbim despre cea generală, liceul sau mai târziu facultatea. Am avut şansa unei familii extraordinare, cu oameni care au apreciat studiul, lucrurile bine făcute, cinstea, etica, au avut valori solide, deprinse de la bunicii de la ţară şi consolidate în Craiova, la cel mai bun liceu din oraş. După Revoluţie, în anul 3 de facultate, am înţeles repede că se deschideau nişte oportunităţi extraordinare în România şi, deşi am continuat studiile universitare, am început diverse activităţi profesionale de tip part-time sau freelance, cum a fost, spre exemplu, cea de ghid turistic pentru grupurile străine care vizitau România în acea perioada. Cred că acel job m-a pregătit foarte bine pentru următoarele activităţi antreprenoriale.

Dezvoltaţi afaceri de succes, iar apoi alegeţi momentul oportun pentru exit. Cum aţi ajuns la această filosofie de business?

Cred că lucrurile au pornit de la profilul meu personal. În şcoală sau în activitatea mea de dinainte de business am vrut să încerc lucruri şi experienţe noi, diferite de cele anterioare. Am pornit şi în afaceri cu aceeaşi idee, a dezvoltării secvenţiale, în cicluri de business, urmate de un exit şi un start într-o direcţie nouă. Atunci când plecam însă pe un nou drum, beneficiam deja de toate experienţele şi lecţiile învăţate în ciclul anterior, dar şi, de obicei, de resurse financiare mai mari, din exit-urile anterioare. Mai târziu, când deja devenisem un „antreprenor în serie", am confirmat şi din punct de vedere al teoriei afacerilor acest profil de dezvoltare ciclică.

Business-ul nu este doar succes. Cum transformi eşecul în fundaţia de la baza unei afaceri cu rezultate notabile?

Antreprenoriatul s-a dezvoltat mult mai bine, cu rezultate excelente pentru economie dar şi în mediul social, în ţări ca Marea Britanie. Aş putea spune că în general mediul anglo-saxon pare să aibă un alt tipar, mai bun din acest punct de vedere, în care eşecul este, până la un punct, chiar încurajat pentru că înseamnă experiment, o învăţare mai eficientă şi mai durabilă, de tip „trial and error". Pe de altă parte, nicăieri în lume nu ar trebui absolutizată valoarea eşecului, deoarece cineva care are o serie lungă de eşecuri nu poate spune că este un antreprenor valoros, chiar dacă a făcut probabil majoritatea greşelilor care se puteau face.

Aţi pus afaceri pe roate, dar acum aş vrea să trecem la...roţi, pentru că sunteţi ambasador Ţiriac Auto pentru Mercedes-Benz, în zona business. De ce această marcă?

Unul dintre studiile de caz pe care îl prezint în cursurile mele de antreprenoriat este chiar Karl Benz, aşa că, mult înainte de a deveni ambasadorul mărcii, am parcurs cu interes şi admiraţie povestea antreprenorului Benz şi a imperiului auto pe care l-a creat. Probabil că, în afară de toate celelalte calităţi ale Mercedes-Benz, faptul că a fost primul automobil îi da un plus de valoare şi întâietate ca brand auto global. Apoi, participând la un program împreună cu echipa Ţiriac Auto, am avut şi ocazia să cunosc mai bine, mai de aproape, nu doar maşinile comercializate de Ţiriac Auto ci şi echipa excelentă care se ocupă de vânzări şi de toate serviciile aferente, nu doar pentru Mercedes-Benz, dar şi pentru celelalte mărci comercializate.

Care sunt, din punctul dumneavoastră de vedere, cele mai importante lucruri la o maşină?

Pentru mine, că utilizator de business, aş menţiona versatilitatea, manevrabilitatea, spaţiul şi confortul interior, şi apoi desigur chestiuni care ţin de statut. În privinţa versatilităţii, Mercedes-Benz excelează, şi o spun după ce am condus şi testat mai multe modele, în special de tip SUV - GLS, GLE şi GLE Coupé. Sunt maşini care se conduc excelent, au cea mai bună tehnologie încorporată, iar spaţiul şi confortul interior sunt şi ele la nivel de top. Pentru aceleaşi motive, ca şi pentru confortul interior superior aproape oricărui model în acest moment, mi-a plăcut şi noua Clasa E, care deşi rămâne totuşi fratele mai mic al lui S, are cam tot ce şi-ar putea dori un om de business de la o maşină.

Sistemele electronice aflate în dotarea unei maşini sunt printre primele elemente asupra cărora un inginer îşi îndreaptă atenţia. Pe care dintre acestea le consideraţi mai importante?

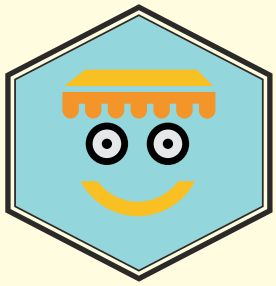
Într-adevăr, ca inginer îmi place să abordez problemele tehnice inginereşte, astfel că aş împărţi partea electronică a maşinii în două zone, chiar dacă există şi unele suprapuneri. Respectiv, ceea ce ţine de siguranţa pasagerilor şi a celor din jur pe de o parte, iar pe de altă parte sistemele electronice de confort, ergonomie şi uzabilitate a maşinii. Pe partea de siguranţă, Mercedes-Benz este din punctul meu de vedere la superlativ, după ce am testat şi multe alte tipuri de maşini: noul distronic plus şi alte sisteme de control al deplasării, tracţiunii, alunecării, sunt cu adevărat state-of-the-art. În ceea ce priveşte confortul şi ergonomia, command online este cu adevărat un sistem spectaculos, care oferă pe lângă jog-dial-ul deja tradiţional şi un touch pad cu mai multe tipuri de acţionare, ceea ce face toate comenzile mai rapide şi cu numeroase scurtături care pot fi folosite.

Priviţi spre viitor când vine vorba şi despre automobil. Cum îl vedeţi peste zece ani? Cum vor evolua mijloacele de transport?

Aici este o discuţie extrem de interesantă dar şi complicată, deoarece, după o perioada destul de lungă de stagnare a industriei auto, am văzut în ultimii ani schimbări radicale din punct de vedere al adoptării noilor tehnologii de către marii producători auto. Mercedes-Benz este chiar în centrul acestei revoluţii cu noile sale maşini electrice şi hibride, dar şi cu diverse noi concepte care pot într-adevăr revoluţiona industria auto în următorii 10 ani. Probabil că, deşi sună deja ca un clişeu, pentru că vorbim de asta de mai mulţi ani, automobilul „autonom electric" va fi următorul mare pas în industria auto, iar Mercedes-Benz lucrează intens şi pe partea de „autonomous driving", chiar modele de serie din acest moment fiind dotate cu facilităţi semi-autonome de condus, dar şi pe partea de propulsie electrică. Eu unul mă văd destul de curând conducând o maşină electrică de la Mercedes-Benz, însă separat de eforturile producătorilor auto, este nevoie şi de construirea unei infrastructuri de alimentare.

LOBBY

IDEILE MICI DUC LA AFACERI MARI



JOINT-VENTURE

IULIUS DE CEE

„Regele mall-urilor" din România, Iulian Dascălu, visează atât de departe încât, într-o tranzacție estimată la 100 de milioane de euro, a vândut, către fondul Atterbury Europe, 50% din investiții – patru mall-uri Iulius Mall (Iași, Timișoara, Cluj-Napoca și Suceava), clădirile de birouri de lângă Iulius Mall Cluj, UBC 2, prima clădire finalizată din ansamblul multifuncțional Openville (Timișoara) și viitoarele imobile de birouri din acest complex. Dar, după investiții de 620 mil. €, a rămas în business. A creat un joint venture cu Atterbury, pentru a extinde Iulius Mall în Europa Centrală și de Est, și nu numai.

RETAIL

CINE VA FI LIDERUL?

Amazon, cu venituri nete de aproape 136 mld. $, în 2016, a făcut un pas important în competiția pentru cel mai mare retailer global. A decis să plătească 13,7 mld. $ pentru Whole Foods Market, cea mai mare rețea de retail de mâncare organică și naturală din SUA. Va prelua o companie cu venituri anuale de 15 mld. $, din peste 400 de magazine fizice. Ținta este tăierea unei felii importante din piața alimentară americană, de 800 de miliarde de dolari, dominată de Walmart, cu venituri de 478,6 mld. $, anul trecut.

EXTERNE

PATRU LIDERI GLOBALI

Într-o lună cât alții într-un mandat. Președintele Klaus Iohannis s-a întâlnit, în decurs de doar o lună și jumătate, cu patru dintre cei mai importanți lideri globali ai momentului, într-o campanie externă mai puțin obișnuită pentru președinții României din ultimii 30 de ani. Pe 11 mai, întrevederea dintre Iohannis și Jean-Claude Juncker, președintele Comisiei Europene, a avut loc la București, vizita oficialului european fiind prilejuită de aniversarea a zece ani de la aderarea României la Uniunea Europeană. A urmat pe 9 iunie, întâlnirea de la Casa Albă cu președintele Statelor Unite ale Americii, Donald Trump. Întrevederea cu premierul Germaniei, Angela Merkel, din 19 iunie, a fost urmată de întâlnirea cu președintele Franței, Emmanuel Macron, din 23 iunie.

Piața digitală unică europeană

Pentru a înțelege mai bine ce este Regulamentul eIDAS și care vor fi efectele lui, i-am adresat câteva întrebări domnului Adrian Floarea, Director General al companiei certSIGN, primul furnizor de servicii de semnătură electronică din România auditat conform legislației europene eIDAS.

ADRIAN FLOAREA
Director General al companiei certSIGN

Ce este Regulamentul eIDAS și de ce era nevoie de el?

În anul 2012, Uniunea Europeană și-a propus să actualizeze legislația în domeniul serviciilor electronice pentru ca aceasta să nu acopere doar domeniul semnăturilor electronice, ci să introducă și noi servicii care să facă mai ușoară tranziția de la mediul clasic, pe hârtie, către mediul electronic: sigiliu electronic, marcă temporală, autentificare a site-urilor web etc.

Astfel, la 1 iulie 2016, a intrat în vigoare Regulamentul European privind identificarea electronică și serviciile de încredere pentru tranzacțiile electronice pe piața internă. Obiectivul său principal este de a crea un standard comun pentru servicii de încredere în mediul electronic și de a permite recunoașterea reciprocă și acceptarea sistemelor electronice de identificare în toate statele membre UE.

Care sunt pașii pe care trebuie să îi parcurgă prestatorii de servicii de încredere pentru a se conforma cerințelor Regulamentului eIDAS?

Auditul de evaluare a conformității certSIGN cu cerințele Regulamentului eIDAS a fost realizat de una dintre cele mai prestigioase companii de audit la nivel european, membră a a ACAB'c (The Accredited Conformity Assessment Bodies' Council).

Întregul proces de auditare a durat 5 luni, a implicat o echipă de peste 25 de specialiști în criptografie, PKI și securitate cibernetică și a presupus o investiție de 400.000 de euro pentru actualizarea infrastructurii tehnice, precum și pentru cursuri de training a specialiștilor certSIGN.

Auditul confirmă că avem infrastructura și competențele tehnice necesare pentru a ne menține calitatea de prestator de servicii de încredere calificat inclus pe lista de încredere a Uniunii Europene. Pasul următor este să ducem tehnologiile și know-howul românesc pe piețele europene.

De ce este necesar ca un astfel de audit sa aibe acest grad de complexitate?

Evaluarea conformității unui prestator de servicii de încredere printr-un audit e singura modalitate de confirmare a nivelului de siguranță a serviciilor oferite, o garanție a încrederii pe care utilizatorii acestor servicii o primesc la pachet cu soluția tehnologică. Utilizarea unor standarde clare, așa cum sunt cele definite de ETSI (The European Telecommunications Standards Institute) special pentru implementarea Regulamentului – de exemplu, emiterea certificatelor digitale calificate - garantează conformitatea și interoperabilitatea serviciilor. Utilizarea standardelor face auditul mai simplu, mai ieftin și împiedică distorsionarea competiției.

Experiența și recunoașterea internațională în domeniu a companiei care realizează auditul sunt la rândul lor o asigurare suplimentară privind corectitudinea și conformitatea procedurală a activităților desfășurate de prestatorul de servicii de încredere și nivelul tehnologic ridicat al soluțiilor. Cel puțin la nivel European, renumele auditorului cântărește mult la capitolul încredere acordată serviciilor pe care le furnizăm. Din acest motiv am și ales să facem acest audit cu o companie prestigioasă pentru că ne-am dorit să le oferim clienților noștri o garanție suplimentară a încrederii pe care o pot avea în serviciile noastre

Ce servicii de încredere veți furniza după data de 1 iulie 2017?

certSIGN furnizează în prezent certificate digitale calificate pentru semnătură electronică și alte servicii asociate unui număr mare de persoane fizice, dar și unor companii importante din România și este un promotor al digitalizării proceselor de business în România. De la 1 iulie 2017, vom continua să furnizăm aceste servicii, recunoscute la nivel european, și vom adăuga servicii noi, ca de exemplu emiterea de certificate digitale calificate pentru sigilii electronice și servere web precum și servicii calificate de marcare temporală, care vor fi recunoscute pe întreg teritoriul Uniunii Europene.

Prin menținerea statutului de prestator de servicii calificate de încredere conform eIDAS, vom continua să oferim clienților noștri cel mai înalt nivel de protecție a datelor. În plus, toate documentele semnate și toate tranzacțiile autorizate cu semnătura electronică calificată marca certSIGN vor fi recunoscute ca fiind legale oriunde în Uniunea Europeană.

TENDINȚE

FORBES SCIENCE & INNOVATION

SĂNĂTATE

TEHNOLOGIZAREA CHIRURGIEI

În Germania, trei din patru persoane n-ar avea nimic de obiectat să fie operate de un robot medical, potrivit unui studiu reprezentativ oferit de compania de consultanță în management Porsche Consulting. 41% dintre respondenți s-ar lăsa pe mâna robotului, dar condiția este ca riscurile intervenției să fie mai mici decât în varianta tradițională. De asemenea, 56% din populația Germaniei este deschisă la ideea unui robot pentru îngrijirea vârstnicilor.

TRANSPORT

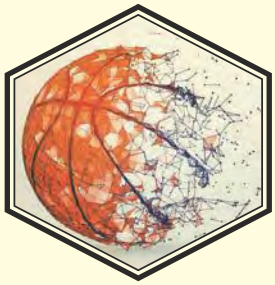
TOT MAI APROAPE

Oamenii sunt sceptici și nu își pot imagina că mașinile robotizate pe care le vedem în media de astăzi vor deveni suficient de bune și vor fi destul de ieftine pentru a fi utilizate pe o scară mai largă. Un mare obstacol a fost LiDAR, o tehnologie radar care permite mașinii să folosească lumina pentru a „vedea". Recent, prețul dispozitivului a scăzut foarte mult, iar dimensiunile s-au restrâns considerabil. Autovehiculele robotizate sunt o schimbare de paradigmă, și nu este vorba numai despre tehnologie. Aceasta va duce la apariția unor noi modele de afaceri.

TEHNOLOGIE

VREMEA ROBOȚILOR

De la Terminator și până la Matrix, cultura pop a zilelor noastre este plină de exemple de mașinării puternice care au luat-o razna. În ciuda acestui lucru, roboții nu mai sunt de mult timp doar un subiect de science-fiction. În armată, de exemplu, dronele sunt deja un lucru obișnuit, iar viitorul imediat va aduce în prim-plan inteligența artificială.



PERFORMANȚĂ

SPORT ȘI TECH

NBA, liga nord-americană de baschet, a devenit sportul cu cea mai mare apetență pentru tehnologie din lume. Prin construirea unui ecosistem care implică fonduri de investiții, start-up-uri și echipe complexe din domeniul tehnologiei, liga de baschet a devenit foarte agilă în dezvoltare și este pe primele locuri, atunci când vine vorba de adoptarea tehnologiei.

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ

ROBOCOP

Poliția din Dubai folosește un polițist robot în mărime umană care patrulează în unele zone ale orașului. Acest prototip de robot poate identifica persoane date în urmărire și poate colecta chiar și dovezi. „Robocop din Dubai" poate fi întâlnit în zonele aglomerate, iar poliția speră ca, până în 2030, să înlocuiască un sfert dintre polițiștii săi cu acest tip de robot.

CONECTIVITATE

HR ÎN CLOUD

Tehnologia cloud a schimbat structura costurilor, eficiența și capacitatea companiilor de a deveni mai agile ca niciodată. Modul în care aceste tehnologii vor schimba viața celor care „lucrează" nu este încă pe deplin imaginat și este constrâns doar de limitele pe care le punem în jurul lor. Interconectarea și natura în rețea a unei economii mondiale se vor dezvolta numai dacă vom distruge zidurile pe care le-am construit cu tehnologiile din trecut și vom realiza că viitorul muncii este deja aici. Tot mai mulți consultanți afirmă că acum este momentul ca toți cei din organizație să fie conectați în cloud.

STRATEGIE

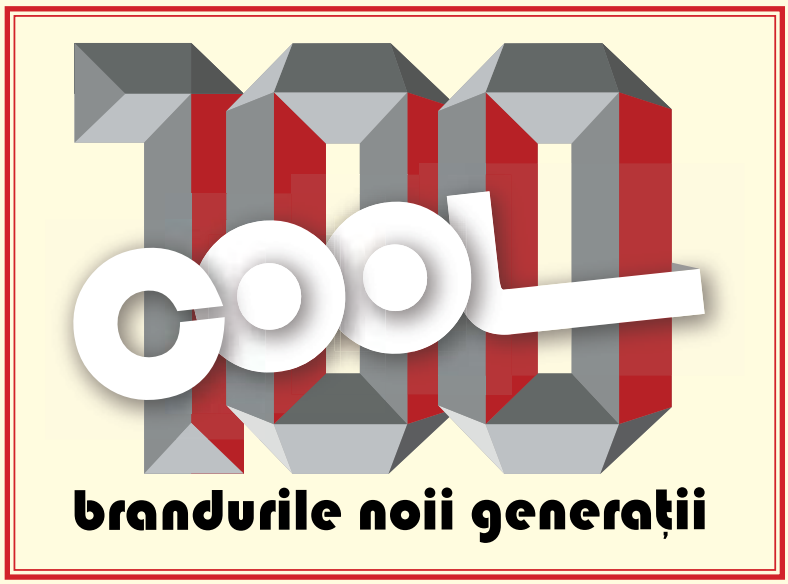
URMĂTORUL NIVEL

Uber este unul dintre cele mai bune modele ale zilelor noastre, atunci când vine vorba de idei disruptive. Cultura internă a companiei pare însă un impediment pentru dezvoltare, dacă luăm ca reper scandalurile recente. Potrivit fondatorului companiei, Travis Kalanick, pentru ca succesul companiei să se mențină pe termen lung, este esențial să ajungă să stăpânească foarte bine subiectul mașinilor autonome.

TOP COOL

SOCIAL MEDIA

FOLOSIM NOȚIUNEA „COOL" PENTRU A DESCRIE, PUNCTUAL SAU GENERAL, ACELE TENDINȚE EXTREM DE VIZIBILE DE LA O PERIOADĂ LA ALTA, CARE – DEȘI NU ȘTII EXACT DE UNDE VIN ȘI ÎNCOTRO SE ÎNDREAPTĂ – TE FAC SĂ VISEZI, SĂ RIDICI DIN SPRÂNCENE SAU SĂ ZÂMBEȘTI. **TOPUL ANUAL REALIZAT DE FORBES ROMÂNIA** ÎMPREUNĂ CU AGENȚIA DE COOLHUNTING ANTZ OFERĂ O RADIOGRAFIE DE ANSAMBLU A FENOMENULUI „COOL" ÎN ROMÂNIA, DAR ȘI **O PERSPECTIVĂ DE VIITOR ÎN MATERIE DE TENDINȚE**. PENTRU O COMPANIE, „COOL" ÎNSEAMNĂ SĂ REACȚIONEZE ȘI SĂ ACȚIONEZE PROMPT, SĂ FIE MEREU RELEVANTĂ ȘI ÎN PAS CU VREMURILE ȘI SĂ ȘTIE SĂ OFERE NOII GENERAȚII CEEA CE ȘI DORESTE DE FAPT. **AFLAȚI MAI MULTE DETALII PE COOL.FORBES.RO.**



1 SNAPCHAT

În mai 2017, o actualizare a făcut posibilă trimiterea de fotografii cu timp nelimitat de vizionare, eliminând durata maximă de zece secunde.

2 INSTAGRAM

Utilizatorii Instagram au creat trendul hashtag, care utilizează cuvinte cheie combinate cu un semn de punctuație, astfel că pot vizualiza conținut similar cu al altor utilizatori.

3 WHATSAPP

Începând cu februarie 2017, WhatsApp a înregistrat 1,2 miliarde de utilizatori, la nivel global, iar 200 de milioane dintre aceștia sunt utilizatori activi din India.

4 MESSENGER (FACEBOOK)

După ce a fost separată de aplicația principală Facebook, Messenger, care avea 600 de milioane de utilizatori în aprilie 2015, a ajuns la 1,2 miliarde, în aprilie 2017.

5 YOUTUBE

Creat de trei foști angajați ai PayPal – Chad Hurley, Steve Chen și Jawed Karim – în februarie 2005, YouTube a fost inițial o versiune video a unui serviciu de dating online.

6 NETFLIX

Netflix raportează peste 98 de milioane de abonați în întreaga lume, iar în 2016 a lansat aproximativ 126 de seriale/filme originale, mai mult decât orice altă rețea sau post TV.

7 UBER

Fondat de Travis Kalanick și Garret Camp, Uber a pornit în 2009 cu o investiție de numai 200.000 de dolari. În prezent, valorează peste 50 de miliarde de dolari.

8 SPOTIFY

Pornit în Stockholm ca un start-up și lansat în 2008, Spotify AB este un serviciu de muzică, podcast și video streaming creat de Daniel Ek și Martin Lorentzon.

9 WAZE

Aplicație GPS de navigare bazată pe comunitate, fondată de Ehud Shabtai, Amir Shinar și Uri Levine, Waze Mobile a fost achiziționată în 2013 de Google.

10 FACEBOOK

Facebook face cea mai mare parte din veniturile sale din reclamele care apar pe ecran. Din 2012 este o companie listată la bursă, ajungând la o valoare de piață de 104 miliarde de dolari.

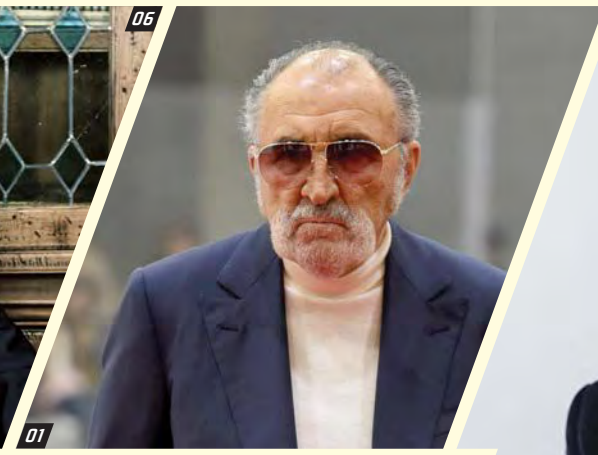
TRADIȚIE ȘI PRESTIGIU

CELEBREAZĂ VALORILE ROMÂNEȘTI

Evoluție

FORBES 500 UPDATE

DEȚIN ȘI CONDUC AFACERI DE ZECI ȘI CHIAR SUTE DE MILIOANE DE EURO, ANUAL, IAR DE ACȚIUNILE ACESTORA DEPINDE SOARTA CÂTORVA ZECI DE MII DE ROMÂNI - ANGAJAȚII LOR.



01. CREȘTERE
Profitul încasat de **Ion Țiriac** din afacerea Stejarii, cu apartamente de lux destinate închirierii, a fost anul trecut cu 80 mai mare decât în 2015, primul an de câștiguri după cinci ani de pierdere. Cifra de afaceri a crescut cu doar 10 . Complexul a generat un profit net de circa 4,5 mil. euro.

02. LANSARE
Compania Cris-Tim fondată de **Radu Timiș** a lansat conceptul Eticheta Curată sau Clean Label, care face deja furori în industria alimentară din întreaga lume. Eticheta Curată indică faptul că tot ce se produce de către acest brand respectă regulile alimentelor sănătoase.

03. INAUGURARE
Omul de afaceri **Mohammad Murad**, unul dintre cei mai mari proprietari de hoteluri din țară, a finalizat construcția hotelului de 5 stele Phoenicia Royal de pe litoral. Hotelul este deschis din data de 15 iunie, potrivit oficialilor companiei. Sezonul de anul trecut a fost cel mai bun de până acum.

04. RENTABILITATE
Oscar Downstream, companie controlată de omul de afaceri **Alin Niculae**, a înregistrat un profit în creștere anul trecut, până la 52,3 milioane de lei, potrivit datelor de pe site-ul Ministerului de Finanțe. Afacerile au fost de 1,7 miliarde de lei, în scădere cu 3% față de anul anterior.

05. PROFIT
Compania prin care omul de afaceri **Zoltan Teszari** controlează RCS&RDS a încheiat primul trimestru din 2017 cu venituri de 226,7 milioane euro, profit net de 15,8 milioane euro şi EBITDA ajustată de 65,1 milioane de euro, potrivit unui raport transmis Bursei de Valori București.

MEDIAFAX FOTO

06. VÂNZĂRI
O companie controlată de omul de afaceri **Gabriel Popoviciu** a vândut circa 200 de apartamente din cel mai recent proiect rezidențial din București, Belvedere Residences, la șapte luni de la lansare, cu șantierul abia trecut de faza lucrărilor la fundație.

07. INVESTIȚIE
Grupul de clinici DENT ESTET, preluat de liderul pieței de servicii medicale private, MedLife, companie deținută și condusă de familia **Marcu**, a deschis o nouă clinică pe Bulevardul Aviatorilor din Capitală, în urma unei investiții de peste 850.000 de euro.

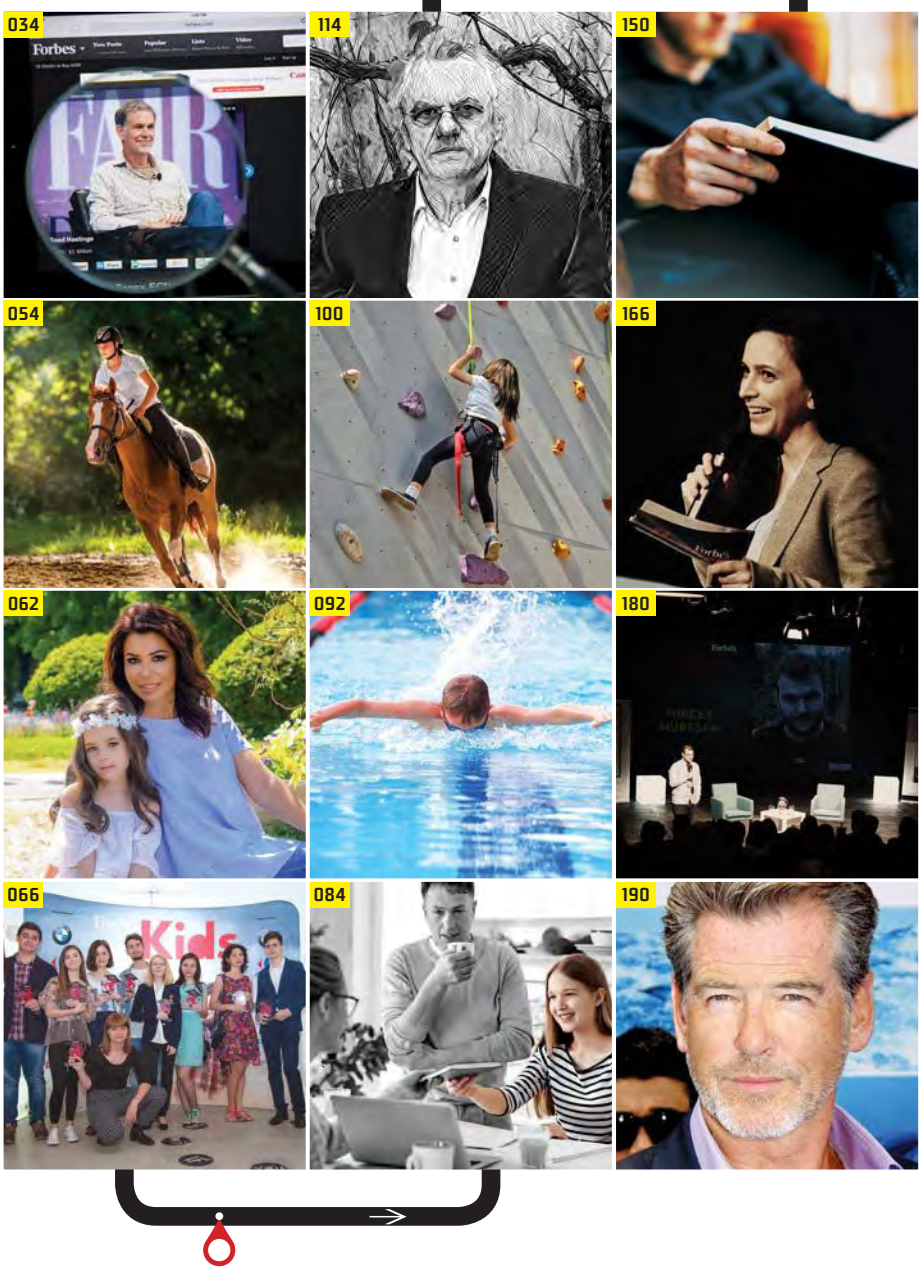
08. TRANZACȚIE
Retailerul de bricolaj Dedeman, deținut de frații **Dragoș și Adrian Pavăl,** a semnat un antecontract pentru a prelua clădirile de birouri AFI Park, aflate în zona Controceni din București. Valoarea tranzacției este apreciată la 164,5 milioane de euro, urmând să se realizeze în două etape.

09. DEZVOLTARE
Comerciantul de cereale Brisegroup, una dintre cele mai mari companii de pe piață, deținută de omul de afaceri **Marius Bucur**, a avut afaceri de peste 216 milioane de euro anul trecut și are în plan investiții de șapte milioane de euro în acest an.

10. EVOLUȚIE
Distribuitorul din agrobusiness RodBun Grup, controlat de antreprenorii **Alexandru Iancu și Daniel Muntean**, și-a propus să depășească rulaje de 450 milioane lei în acest an din îngrășămintele, pesticidele și semințele pe care le trimite fermelor locale.

DACĂ TIMPUL ÎNSEAMNĂ BANI, ATUNCI REGĂSIȚI, DINTR-O PRIVIRE, URMĂTOARELE SUBIECTE DIN ACEASTĂ EDIȚIE

FASTFORWARD



IULIE – AUGUST 2017

034. MICUL ECRAN / **054**. VACANȚĂ ÎN GALOP / **062**. „SUNT O MAMĂ CARE SE PANICHEAZĂ UȘOR...“ / **066**. CUM STĂM CU „MODELELE“? / **084**. GREU CU ADOLESCENȚII! DAR CU PĂRINȚII? / **092**. DRUMUL SPRE SUCCES / **100**. UNDE PETRECI WEEKEND-URILE? / **114**. UN POPOR CU VIITORUL DEVORAT? / **150**. CREȘTE INTERESUL PENTRU AUTORII ROMÂNI / **166**. EZOTERICARTMANIA / **180**. AUTODEPĂȘIRE DIN PASIUNE / **190**. THE MEDUSA

Vara aceasta descoperiți experiența supremă
a cafelei *Nespresso* în rețete cu gheață

INTENSO ON ICE

LIMITED EDITION

NESPRESSO®

ON ICE

LEGGERO ON ICE

www.nespresso.com

iPad Pro

Orice poți să faci, acum poți face mult mai bine.

Cu o gamă largă de capabilități, iPad va schimba modul în care lucrezi, creezi, înveți sau predai.
Noile caracteristici și capabilități îți permit să faci mai mult, mai repede și mai ușor,
făcându-l o experiență fenomenal de puternică și personală.

iSTYLE PRO fessional services

Authorised Reseller

Authorised Service Provider

www.istyle-pro.ro | office@istyle-pro.ro | Magazinul din Bd. Națiunile Unite nr. 4, bl. 107A, București

Relația dintre GEORGE CLOONEY și NESPRESSO a crescut în semnificație de la an la an, prin scenarii pline de suspans.

Inovație în capsule

O INOVAȚIE MAJORĂ ESTE SUFICIENTĂ PENTRU CA **O FIRMĂ ÎNFIINȚATĂ CU DOAR 30 DE ANI ÎN URMĂ** SĂ SCRIE ISTORIE.

Unii numesc cafeaua artă sau chiar cultură. Iar modul în care savurează astăzi oamenii din întreaga lume cafeaua de dimineață și nu numai a fost revoluționat în 1986, când Nespresso introducea espressoarele cu capsule. Acestea sunt similare cu espressoarele semiautomate cu pompă, însă cafeaua se obține pe baza utilizării unor capsule ce conțin cafea. Aceste tipuri de aparate oferă avantajul preparării unui espresso de calitate superioară datorită extragerii cu ajutorul presiunii ridicate și a capsulei individuale ce conține cantitatea ideală de cafea de fiecare dată. Astfel, cei de la Nespresso îi fac pe utilizatorii espressoarelor să se simtă precum barista experimentați. Pentru Nespresso, →

→ perioada 1986 - 1994 a fost una de pionierat, în care, compania care a pornit la drum cu doar cinci angajați, a testat piața, a făcut greșeli și a continuat să îmbunătățească produsele și serviciile oferite. Pe măsură ce era câștigată tot mai multă cotă de piață în Europa, comunitatea din jurul brandului începea să prindă contur. Anul 1995 este cel în care businessul ajunge la break-even, iar compania începe să genereze profit.

În sectorul profesional, Nespresso s-a lansat pe piață în anul 1996, prin intermediul diviziei Nespresso Professional, care apoi a devenit Nespresso Business Solutions. În anul 2006, acest sector a reprezentat 15% din clienții brandului. Capsulele nu au același format precum cele pentru publicul larg și pot fi utilizate numai pentru aparatele profesionale.

Despre 2006 mai putem spune că a fost anul în care firma și-a găsit „stilul". Nespresso este un brand care „trăiește" într-o cultură a rafinamentului și care se recomandă ca un exponent de lux al domeniului; de mai bine de zece ani brandul este personificat de un ambasador pe măsură - George Clooney - fiind, poate, cea mai longevivă colaborare pe care un brand de lux o are cu un ambasador. Alegerea lui Clooney ca ambasador de brand nu a fost întâmplătoare: în 2006, membrii Clubului Nespresso au fost întrebați cu ce personalitate și stil de viață asociază ei brandul Nespresso, iar actorul, și el membru al Clubului, a fost menționat de către cei mai mulți dintre ei ca întrupând toate valorile pe care le reprezintă brandul. Relația dintre Nespresso și George Clooney a crescut în semnificație de la an la an, prin scenarii pline de suspans, în care personajul a fost dispus să facă orice pentru a trăi experiența incomparabilă a cafelei Nespresso.

Un an mai târziu, compania mai făcea un pas și inaugura primul boutique, amplasat în Paris, pe celebrul bulevard Champs-Elysées. La sfârșitul anului 2016, în lume erau deja 450 de astfel de boutique-uri.

Nu putem spune povestea Nespresso fără să vorbim despre coloratele capsule, binecunoscute de clienții brandului. Acestea sunt fabricate din folie de aluminiu și acoperite cu un film interior din material plastic, evitându-se orice contact între aluminiu și cafea. Când capsula se introduce în aparat, partea de sus este perforată, apoi odată ce aparatul este pornit, apa fierbinte este pompată și trimisă sub presiune în capsulă.

AMESTECURILE DE CAFEA CONȚINUTE ÎN CAPSULE SUNT PREPARATE PE BAZĂ DE CAFEA ROBUSTA ȘI ARABICA, ÎN PROPORȚII VARIATE.

Amestecurile de cafea conținute în capsule sunt preparate pe bază de cafea robusta și arabica, în proporții variate. Există 22 de varietăți comercializate pentru sectorul casnic și opt pentru piața profesională, fiecare având culoare distinctă. Capsulele sunt distribuite în exclusivitate în lanțul de magazine Nespresso și online, pe website-ul www.nespresso.com.

Cu un pas înainte.

de la
11.500 €
TVA inclus

Noul Hyundai i30.

ȚIRIAC AUTO

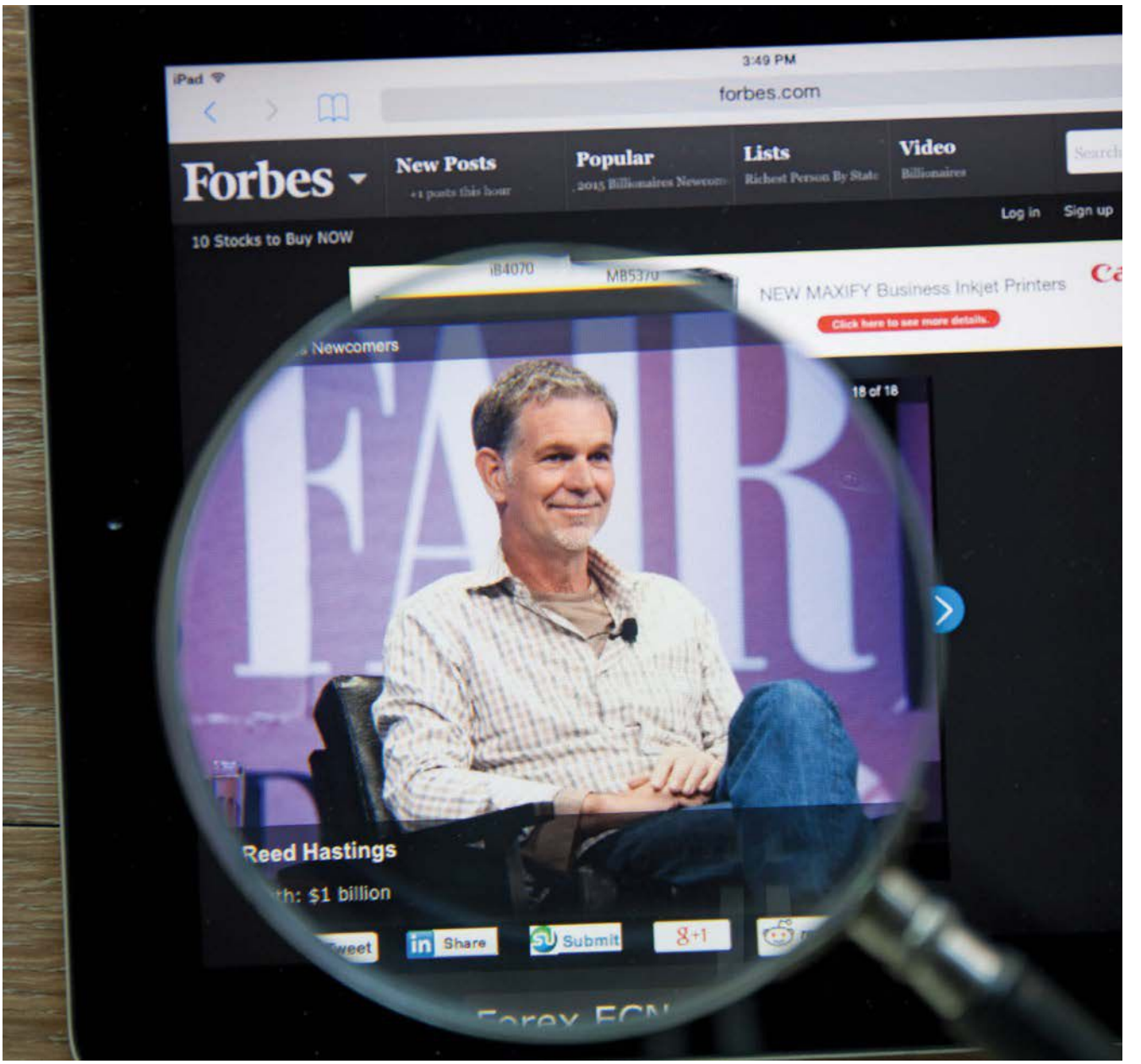
Str. Parcului, nr. 55-57, sector 1, București
Contact Center: *4141
www.tiriacauto.ro

HYUNDAI

5 ANI GARANȚIE FĂRĂ LIMITĂ DE KILOMETRI

Finanțare preferențială prin:
ȚIRIAC LEASING

Ofertă destinată persoanelor fizice, supusă unor termene și condiții, în limita stocului disponibil, prin PSIPAN, derulat de Administratia Fondului pentru Mediu, sub rezerva acceptării Hyundai Auto România ca producător validat și exclusiv din momentul înscrierii sale pe site-ul www.afm.ro. Preț pentru Noul Hyundai i30 1.4 Classic, consum (l/100 km) / emisii CO_2 (g/km) în regim combinat: 5,4/ 126, obținut prin scăderea din prețul de ofertă a contravalorii primei de casare de 6.500 RON, echivalată cu 1.450 € la cursul 1 € = 4,4828 lei. Prețul nu include echipamente, accesorii sau dotări opționale. Garanția de cinci ani fără limita de kilometri se aplică doar autovehiculelor Hyundai care au fost vândute inițial de către distribuitorul autorizat Hyundai către clientul final, așa cum este prevăzut în termenii și condițiile disponibile în pașaportul de service. Ofertă valabilă în perioada mai – iunie 2017. Imaginile sunt cu titlu de prezentare.



MICUL ECRAN

De durata a 20 de ani, o idee mică - un serviciu online de închiriere DVD-uri, s-a transformat într-un canal online de filme global, cu peste 100 de milioane de abonați. În 1997, **Reed Hastings** și directorul de software Marc Randolph au creat Netflix pentru a oferi un serviciu online de închiriere a filmelor, iar un an mai târziu, internetul găzduia primul site de vânzări și închiriere DVD-uri, netflix.com. Următorul pas pentru compania americană a fost lansarea unui serviciu de abonare care oferea închirieri nelimitate de DVD-uri la un preț lunar redus. Difuzarea online a filmelor ia locul învechitelor DVD-uri în 2007, iar parteneriatele cu adevărat valoroase se încheie în 2010, când Netflix devine disponibil pe Apple iPad, iPhone și iPod Touch, Nintendo Wii și alte dispozitive conectate la internet. Începe extinderea în afara SUA, compania fiind prezentă în peste 150 de țări.

Business-ul se mută în cloud

Soluția Sales 365, oferită de Arggo Consulting, ajută companiile în creșterea veniturilor, eficientizarea forței de vânzări și loializarea clienților.

ALEXANDRU RADU
Business Development Manager al companiei Arggo Consulting

Cum arată piața de consultanță și dezvoltare de software din România și cum este poziționată compania dumneavoastră pe această piață? (cotă de piață, avantaje competiționale etc.)

În România, industria de software și servicii IT este în plină ascensiune în special datorită cererii foarte mari dinspre țările europene, printre motive numărându-se costul atractiv, personalul calificat și proximitatea. Conform studiilor ANIS, în acest an se preconizează că cifra de afaceri a sectorului de software și servicii IT va depăși 4 miliarde de euro.

Compania Arggo Consulting, datorită experienței echipei și a serviciilor de calitate pe care le oferă, a avut în anul 2016 o creștere de 39.9 % a cifrei de afaceri și de 73.9 % a personalului. Suntem în plină extindere nu numai prin majorarea numărului de angajați în cadrul departamentelor existente, dar și prin crearea de noi departamente specializate în soluții și servicii care s-au adăugat portofoliului nostru precum Consultanță de Business și Customer Focus Applications.

Pentru anul 2017, prin mărirea echipei și a noilor produse pe care le adăugăm, preconizăm o creștere de peste 30% a cifrei de afaceri. Deja în primul trimestru al anului am avut o creștere de 54.7% comparativ cu anul 2016.

Ce soluții le recomandați IMM-urilor și cum le vor influența acestea afacerile?

Compania noastră a lansat recent soluția Sales 365, dedicată echipelor de vânzări. Bazată pe CRM și Business Intelligence, aceasta este o soluție eficientă, flexibilă și scalabilă. Găzduită în cloud, poate fi achiziționată sub formă de abonament lunar și cuprinde atât licențe, cât și servicii de implementare și suport.

Ce buget ar trebui să investească o astfel de companie în aceste servicii pentru a putea deține avantaje semnificative față de competitori?

Până acum, investițiile necesare pentru o soluție de business începeau de la câteva zeci de mii de euro, în special din cauza investiției masive în infrastructură. Migrarea în cloud ne dă astăzi posibilitatea de a oferi aceleași beneficii cu ajutorul unei soluții de tip abonament care începe de la câțiva euro / utilizator / lună, ceea ce asigură scalabilitatea necesară business-urilor care se află la început de drum și le permite să concureze de la egal la egal cu marile companii. Soluțiile și serviciile oferite de compania Arggo Consulting oferă clienților posibilitatea de a identifica rapid soluția potrivită pentru cerințele specifice industriei lor și de a obține beneficiile dorite într-un timp foarte scurt și într-o manieră predictibilă și ușor sustenabilă financiar.

Care sunt soluțiile „vedetă" din portofoliul oferit de companie? De ce?

Soluțiile de business de tip ERP, BI și CRM sunt principalul mod în care ne ajutăm clienții să exceleze în activitatea lor. Punem, în primul rând, accent pe servicii de calitate și soluții personalizate, motiv pentru care rezultatele nu au întârziat să apară. Am reușit să devenim în foarte scurt timp unul dintre principalii furnizori pentru soluțiile din familia Microsoft Dynamics: NAV, AX, CRM, 365, fiind recompensați cu premiul pentru «Best Performance in Microsoft Business Solutions – 2016 », devenind Gold Partner și Direct Cloud Solutions Provider pentru Microsoft.

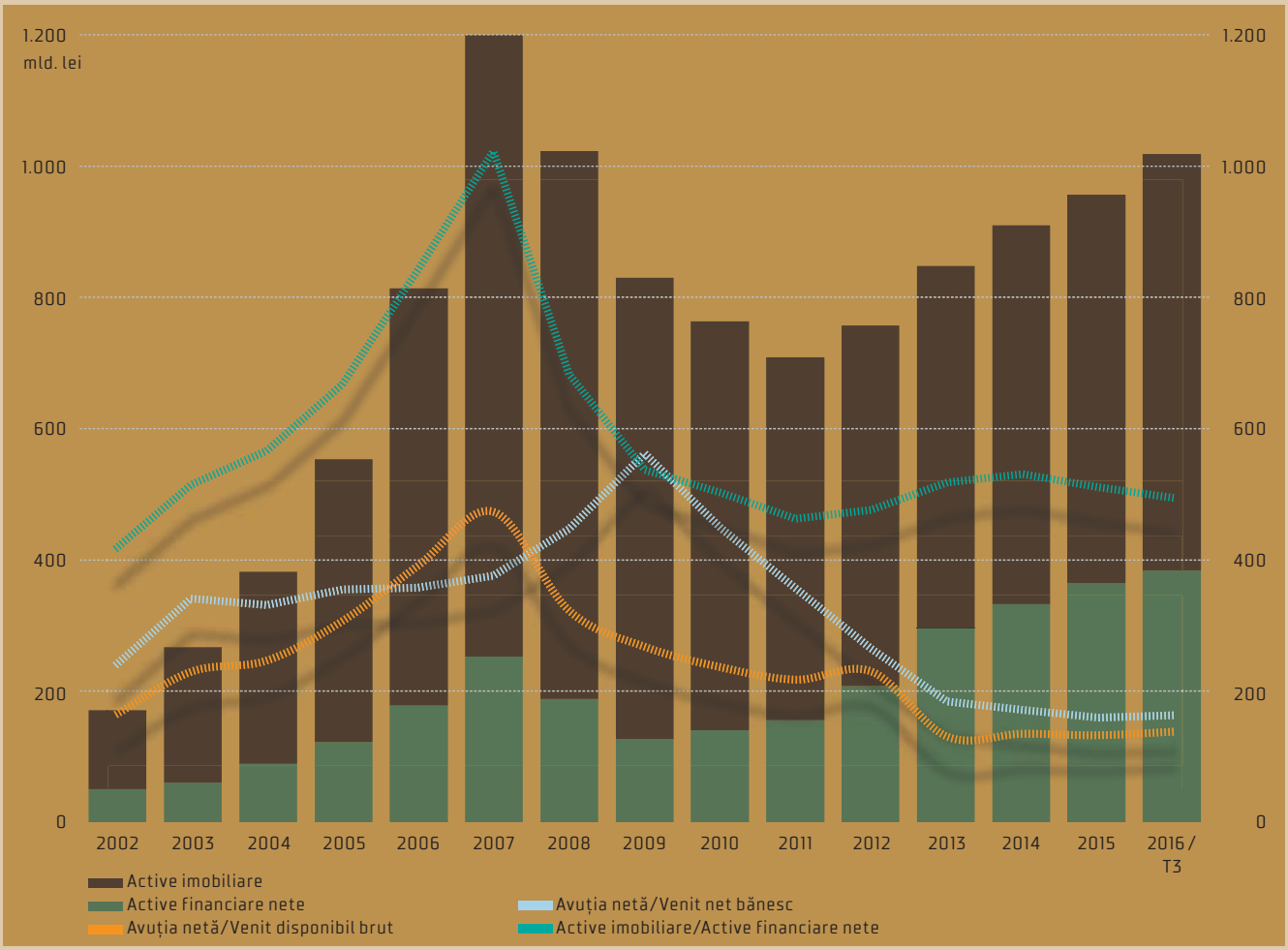
Câți clienți are în prezent Arggo? Ce planuri aveți, privind numărul acestora, pentru 2017?

Comparativ cu anul 2015, în 2016 am avut o creștere a numărului de clienți de 30%, depășind pragul de 100 de companii care au ales produsele și soluțiile Arggo Consulting. Anul trecut ni s-au alăturat jucători importanți de pe piața din România precum Blue Air, NEPI, UiPath și PayPoint. Obiectivul principal pentru 2017 este, pe de o parte, să ne consolidăm poziția pe piața din România și să utilizăm experiența dobândită în implementarea sistemelor complexe pentru a crea mai multe pachete de soluții în Cloud pentru IMM-uri și, pe de altă parte, să continuăm penetrarea în special pe piețele din Europa.

Ce noutăți pregătiți pe această piață, în următoarea perioadă?

În această perioadă, lansăm o soluție de BPM (Business Process Management) ușor integrabilă cu orice sistem. Este o soluție integrată de modelare, gestiune și optimizare a proceselor de afaceri din cadrul unei companii cu scopul îmbunătățirii performanțelor acesteia. În același timp, în laboratorul nostru creativ, echipa de New Products lucrează intensiv la crearea unor noi soluții găzduite în cloud de tip abonament lunar (SaaS) ce au ca scop să răspundă nevoilor unor segmente bine definite. Următorul produs va fi lansat în luna septembrie.

AVUȚIA NETĂ A POPULAȚIEI Cea mai mare parte din averea românilor a fost, mereu, în activele imobiliare



STATISTICĂ

CÂTĂ AVUȚIE NE-A MAI RĂMAS?

AVUȚIA NETĂ A ÎNTREGII POPULAȚII A ROMÂNIEI era de peste 1.000 mld. lei, la 30 septembrie 2016, arată datele Băncii Naționale a României. Extrapolată, pe medie trimestrială, la întreg anul trecut, avuția netă a românilor s-a ridicat la aproape 1.359 mld. lei, cu 13% peste cel mai ridicat nivel atins până atunci, din anul 2007. Noul nivel ar fi și de aproape opt ori peste cel de la finele anului 2002 și aproape dublu față de nivelul cel mai scăzut din criză, din 2011. Cea mai mare parte din averea românilor a rămas, mereu, în activele imobiliare, dar ca procentaj se observă o echilibrare cu cele financiare, începând cu 2013. În „Raportul asupra stabilității financiare, mai 2017" se menționează că activele financiare și-au continuat tendința ascendentă, „remarcându-se o diversificare marginală a acestora", deoarece populația a continuat să apeleze la depozite bancare, dar și la active precum pensii și acțiuni cotate. Vestea proastă este că avuția netă s-a redus puternic raportată la venit, la finele anului 2015, comparativ cu sfârșitul anului 2007: de aproape 3,5 ori, în cazul venitului brut, și de aproape două ori, pentru cel net.

Sursa **BNR, calcule BNR, INS, ASF**

NU DOAR CLIENȚII TĂI MERITĂ CE E MAI BUN.

ŠKODA

ŠKODA Superb. Pentru un business bun!

Angajată

www.skoda.ro

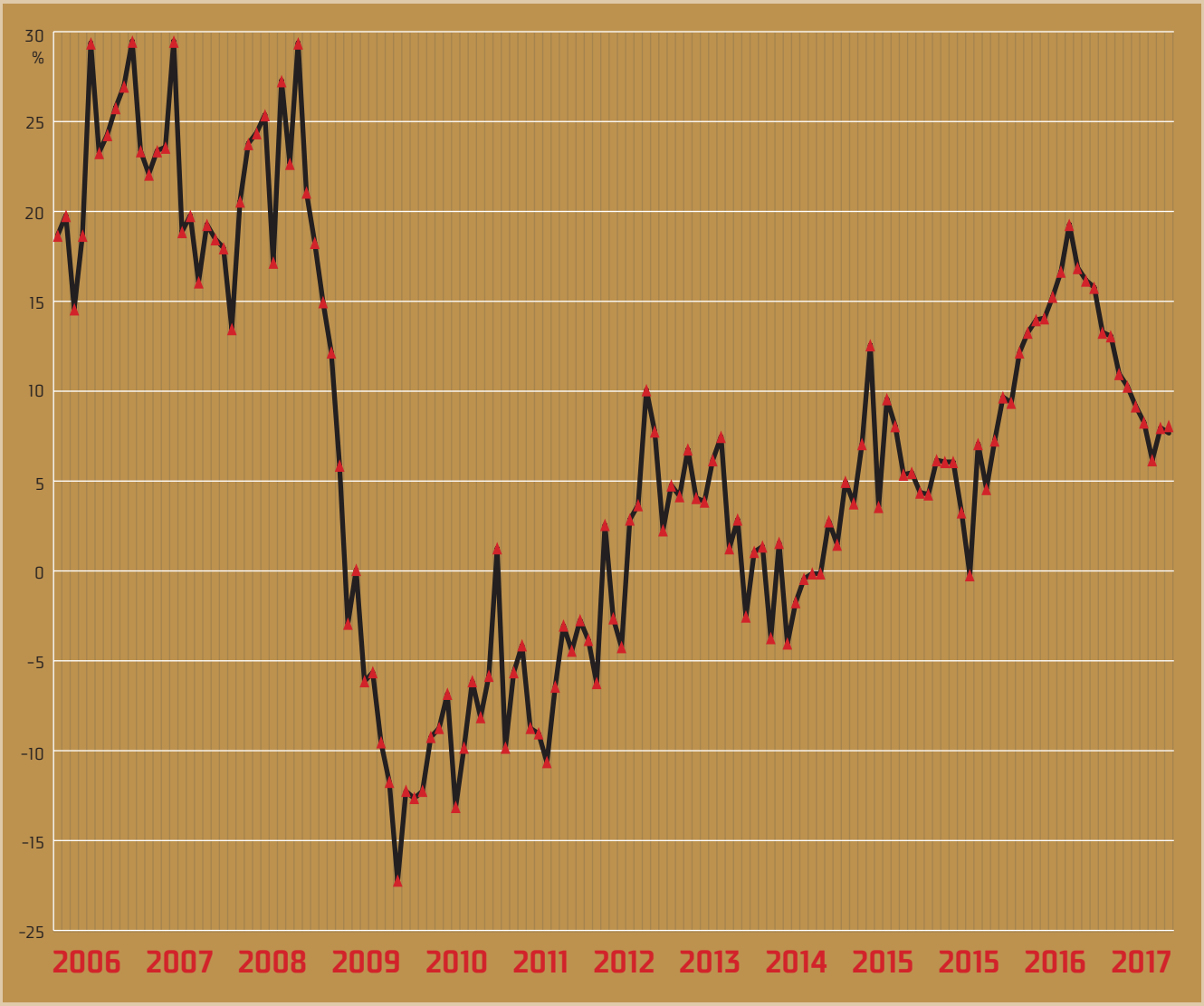
www.oferteskoda.ro

COMERȚ

CONSUMUL CREȘTE ECONOMIA. SAU INVERS?

ECONOMIA ROMÂNIEI A INTRAT într-o perioadă de creștere accelerată, începând cu anul 2013. Este campioana Europei în dinamică, cu niveluri duble sau triple față de ale țărilor de pe continent. Mulți analiști și macroeconomiști au acuzat că această creștere nu este sustenabilă, deoarece se bazează pe consum. Dacă într-o primă etapă, această acuză era justificată, în ultimii ani, graficele arată altceva. Ritmul de creștere a comerțului cu amănuntul, exceptându-l pe cel cu autovehicule și motociclete, se află pe un trend de scădere, de la începutul anului trecut. Practic, acesta a crescut accentuat doar între aprilie 2015 și ianuarie 2016. Evoluția s-a datorat, în principal, reducerii TVA pentru produsele alimentare, de la 24% la 9%, începând cu 1 iunie 2015, coroborată cu creșteri ale salariului minim. Salariul minim brut pe economie era de 700 de lei, în 2012, iar de la 1 februarie 2017 a ajuns la 1.450 de lei. Cele mai recente date ale Institutului de Statistică arată că PIB-ul a explodat la începutul acestui an, cu 5,7%, în principal, datorită producției și serviciilor.

DINAMICA ANUALĂ A COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL În ultimul an, ritmul creșterii comerțului cu amănuntul s-a redus considerabil.



Sursa INSSE

GUSTURILE NU SE DISCUTĂ. SE SAVUREAZĂ.

DĂ-ȚI FRÂU LIBER CREATIVITĂȚII CULINARE. DUPĂ CUM POFTEȘTI.

Electrocasnicele noastre sunt rețeta succesului în bucătărie. Combinele frigorifice Grundig păstrează prospețimea alimentelor tale preferate pentru mai mult timp. Cuptoarele Divide&Cook te ajută să pregătești simultan două feluri de mâncare, fiecare cu temperaturi și durată de gătire diferite, fără a le amesteca aromele. Astfel, îți punem pe masă cea mai bună tehnologie, pentru ca tu să pui pe masă cele mai bune preparate.

Electrocasnicele de bucătărie Grundig - încă un motiv pentru care să-ți placă și mai mult acasă.

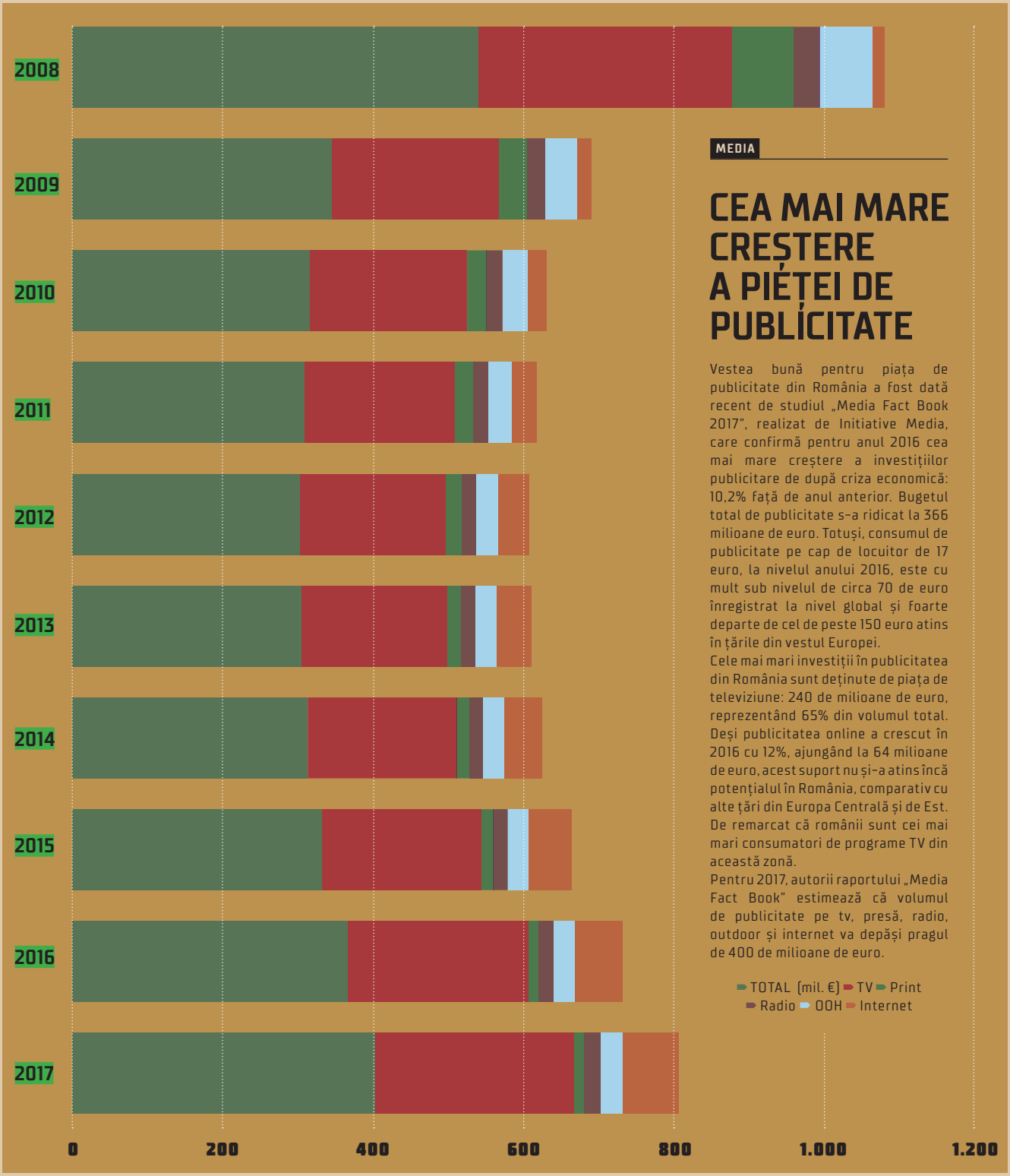
GRUNDIG.COM/RO

GRUNDIG

WHERE HOME IS

7 ANI GARANȚIE

MEDIA În 2017, volumul de publicitate pe tv, presă, radio, outdoor și internet va depăși pragul de 400 de milioane de euro.



MEDIA

CEA MAI MARE CREȘTERE A PIEȚEI DE PUBLICITATE

Vestea bună pentru piața de publicitate din România a fost dată recent de studiul „Media Fact Book 2017", realizat de Initiative Media, care confirmă pentru anul 2016 cea mai mare creștere a investițiilor publicitare de după criza economică: 10,2% față de anul anterior. Bugetul total de publicitate s-a ridicat la 366 milioane de euro. Totuși, consumul de publicitate pe cap de locuitor de 17 euro, la nivelul anului 2016, este cu mult sub nivelul de circa 70 de euro înregistrat la nivel global și foarte departe de cel de peste 150 euro atins în țările din vestul Europei.

Cele mai mari investiții în publicitatea din România sunt deținute de piața de televiziune: 240 de milioane de euro, reprezentând 65% din volumul total. Deși publicitatea online a crescut în 2016 cu 12%, ajungând la 64 milioane de euro, acest suport nu și-a atins încă potențialul în România, comparativ cu alte țări din Europa Centrală și de Est. De remarcat că românii sunt cei mai mari consumatori de programe TV din această zonă.

Pentru 2017, autorii raportului „Media Fact Book" estimează că volumul de publicitate pe tv, presă, radio, outdoor și internet va depăși pragul de 400 de milioane de euro.

Orașele României ar putea deveni SMART

UN ORAȘ SMART ESTE UN ORAȘ care folosește tehnologia modernă pentru a fluidiza traficul, a îmbunătăți transportul, a reduce poluarea și consumul de energie, a crește siguranța locuitorilor, a facilita relația cetățenilor cu autoritățile și a îmbunătăți sistemul de educație și sănătate. Într-un cuvânt, un oraș în care locuitorii trăiesc bine și prosperă. Internetul Lucrurilor (Internet of Things), Big Data, Cloud, Cyber Security, deși concepte puțin cunoscute publicului larg acum, ne vor guverna viața în viitorul apropiat. Aceasta este concluzia la care au ajuns experții Huawei, unul dintre cei mai mari furnizori globali de telefoane mobile și echipamente și servicii pentru operatorii de comunicații, în cadrul Smart City Forum 2017, desfășurat recent la București.

Internet of Things, remediul pentru ambuteiaje

Deși nu există o definiție pentru Smart City, o noțiune comună include utilizarea Tehnologiei Informației și Comunicațiilor în cadrul proceselor administrative, un concept ce înglobează o serie de sisteme - Internet of Things, Cloud, Big Data etc. „La nivel practic, acestea s -ar putea traduce prin camere de supraveghere inteligente sau senzori ce surprind informații în timp real din trafic, pe care le transmit live autorităților, care au acces la ele dintr-un centru de comandă inteligent, din care pot reacționa rapid, sisteme ce împiedică atacurile cibernetice, infrastructură modernizată cu ajutorul aplicațiilor Smart Parking sau Smart Transportation", explică Liu Ke, CEO Huawei Technologies Romania.

De exemplu, grație Internetului Lucrurilor (Internet of Things), ambuteiajele ar putea fi doar o amintire. IoT se referă la modul în care obiectele (telefon, haine, device-uri) comunică cu utilizatorii via Internet, lucru posibil prin plasarea unor senzori în aceste obiecte. Una dintre cele mai simple soluții de fluidizare a traficului ar fi plasarea de senzori în mașini, care să colecteze informații despre trafic și starea drumului și să alerteze șoferii în privința problemelor. Date și mai prețioase ar putea fi culese și prin plasarea de senzori în sistemele de iluminare, indicatoare rutiere, camere. Beijing, Madrid, Rio de Janeiro sau Mumbai sunt câteva dintre orașele cu sisteme moderne de control al traficului.

Ce cred autoritățile despre Smart City

Huawei a dezvoltat soluții Smart City în peste 100 de orașe la nivel mondial. Compania crede că e loc de transformare inteligentă și în România. „În ultimul an, am purtat o serie de discuții cu peste 10 primării și consilii județene pentru a le prezenta conceptual soluțiile Smart City. Deschidere în această direcție există, iar autoritățile au mingea în terenul lor", adaugă Liu Ke. România are nevoie de o strategie de dezvoltare Smart City, pentru că soluțiile se pot implementa și în câteva luni.

IEȘIREA DIN POST-CRIZĂ

CÂND ÎNCEP SĂ ADUNE GRĂMEZI DE BANI, **BĂNCILE DIN ROMÂNIA NU SE GRĂBESC SĂ LE ÎNMULȚEASCĂ,** PRIN CREDITE, DEȘI ESTE UNA DINTRE PRINCIPALELE ATRIBUȚII ALE JOBULUI. PARADOXUL SE DESTRAMĂ CÂND SE ORDONEAZĂ CIFRELE.

Record după record au doborât profiturile băncilor după primul trimestru al acestui an și rezultatele finale ale anului trecut. Un profit net de aproape 307 milioane de lei a obținut BRD, în primul trimestru, de 4,9 ori peste nivelul din aceeași perioadă a anului trecut. Acesta este cel mai mare profit raportat în sistemul bancar românesc, în primele trei luni ale acestui an. Reprezintă 26,5% din profitul de 1,24 de miliarde de lei obținut de băncile din țara noastra, în aceeași perioadă, cel din urmă majorându-se cu 6,4% față de rezultatul primelor trei luni ale anului trecut. Profitul acesteia și al primelor două bănci, BCR, cu un rezultat de 196,3 milioane lei, și Banca Transilvania, cu 270 milioane de lei, au cumulat 64% din tot profitul sistemului. Dacă s-ar menține acest ritm de creștere, băncile ar cumula un profit de aproape cinci miliarde de lei, cel mai ridicat nivel obținut vreodată. →

Medicul stomatolog care a construit un brand

REȚEAUA DE CLINICI DENTARE DR. LEAHU a realizat una dintre cele mai mari investiții din domeniul stomatologic. 1,5 milioane euro pentru cea de-a patra clinică din portofoliu, care va fi deschisă la mijlocul lunii iulie. Cum a reușit dr. Ionuț Leahu să construiască atât de repede o afacere de succes în domeniul stomatologic și care sunt planurile de viitor?

Dr. Ionut Leahu, CEO: Nevoia de extindere a venit, ca de fiecare dată, firesc, pe fondul programului încărcat și a cererii tot mai mari de programări. Dorim să oferim pacientilor cele mai bune servicii, dar și cea mai bună experiență, într-un timp util pentru ei. De asemenea, deschiderea unei noi clinici inseamnă locuri de muncă nou create. Și aici nu vorbim numai despre medici ci și despre asistente, responsabili front-desk sau operatori call-center. Îmi doresc să opresc exodul personalului medical în străinătate. Motivul e foarte simplu. Dacă vom pleca toți, pe români cine îi mai tratează? Ce viitor va avea această țară?

Clinicile Dr. Leahu au înregistrat anul trecut o cifră de afaceri de peste 2 milioane de euro, iar pentru anul acesta se estimează că va ajunge până la 3,5 milioane de euro.

Dr. Ionuț Leahu, CEO : Sub deviza "Vizite scurte. Mai mult timp pentru tine", Clinica Dr. Leahu Caramfil vine în sprijinul oamenilor ocupați, mereu on the run. Trăim în secolul vitezei și, de foarte multe ori, sănătatea este pusă pe ultimul plan. Dar dacă nu mai este nevoie să facem acest lucru? Dacă o bună sănătate orală vine la pachet cu timp câștigat pentru tine și familia sau prietenii tăi?

Noua Clinică Dr. Leahu Caramfil pune la dispoziția pacienților 8 săli de tratament și o gamă largă de servicii centrate pe implantologie și chirurgie orală, dar și pe estetică dentară. Restaurarea întregii danturi în 24 de ore cu sistemul fast&fixed, coroane și fațete dentare din ceramică integrală într-o oră, depistarea suspiciunii de cancer oral în numai 2 minute, vindecare de 7 ori mai rapidă cu tehnologia PRGF Endoret, ortodonție, radiologie digitală, servicii stomatologice de urgență.

Dr. Ionuț Leahu, CEO: Cele mai multe persoane nu sunt conștiente de problemele dinților și ale gingiilor, și nu reușesc să le detecteze în stadii incipiente, lucru care duce în cele din urmă la probleme grave sau boli. Satisfacția pacientului este unicul scop al lanțului de clinici Dr. Leahu.

Obiectivul principal al Clinicilor Dr. Leahu este să ajungă în următorii trei ani pe primul loc în topul companiilor din România specializate în domeniul stomatologic. Mai mult de atât, dr. Ionuț Leahu consideră că va fi pe primul loc atunci când 51% din oamenii care merg la dentist se vor trata în cadrul clinicilor înființate de el.

→ **UN SECUND CU ASPIRAȚII DE LIDER.** BRD a obținut un rezultat bun, în ciuda faptului că, după ani buni pe locul doi, a fost depășită de Banca Transilvania. Banca din Cluj-Napoca a ajuns să dețină o cotă de piață de 13,15% la finele anului trecut, și de 13,18%, la 31 martie 2017 (cu active în valoare de 51,9 miliarde de lei). BRD avea o cotă de piață de 12,85% la sfârșitul anului trecut, și de aproape 12,74%, la finele lunii martie 2017 (cu active de aproape 50,15 miliarde de lei). Diferența era minimă, de 0,44%, dar s-a accentuat și a avansat de la 1,1 miliarde de lei, la finele anului trecut, la 1,75 miliarde de lei, la 31 martie 2017. Liderul, de necontestat, încă, se menține BCR, care a ajuns la o cotă de aproape 17,15%, la finele lunii martie, cu active de 67,52 miliarde de lei, iar, la sfârșitul anului trecut, avea o cotă de 16,5%, la active de 65 de miliarde de lei. Diferențele s-ar putea modifica semnificativ, dacă se concretizează preluările multidiscutate în presă a Băncii Românești, pentru care se pare că se fac ultimele negocieri, a Piraeus Bank și a Bancpost. BT și-a reconfirmat interesul pentru preluarea unor competitori. Banca Românească avea o cotă de piață de 1,6%, anul trecut (cu active în valoare de 6,3 miliarde de lei), aproape jumătate față de nivelul de 2,9% din 2008. Piraeus Bank avea, anul trecut, o cotă de piață de 1,5% la active de 7 miliarde de euro, fiind, de asemenea, în scădere. Vânzarea Bancpost ar fi una dintre cele mai importante mutări de pe piața bancară, în condițiile în care avea, în 2015, o cotă de piață de 3%, la active de 11,387 de miliarde de lei, ceea ce o plasa pe locul al nouălea.

SITUAȚIA ESTE DE DOUĂ ORI BUNĂ. Dintre cele 37 de bănci din sistem, 26 au avut profit în primele trei luni ale acestui an, iar 11 au înregistrat pierderi, arată datele Băncii Naționale a României, publicate de Ziarul Financiar. Rezultatele se încriu în trendul ultimilor doi ani. Anul trecut, 27 de bănci au obținut un profit cumulat de 4,7 miliarde de lei, iar zece bănci au adunat o pierdere de 450,4 milioane de lei. Eliminarea din portofoliu a creditelor neperformante (non-performing loans, NPL) și reducerea nivelului provizioanelor, precum și alți factori au contribuit mai mult la aceste rezultate. Rata creditelor neperformante a ajuns la 9,36%, la 31 martie 2017, mult sub nivelul de 13,5% din aceeași perioadă a anului trecut, iar ținta pentru sfârșitul acestui an este între 5% și 6%, cât media europeană. În aceste condiții, rata de solvabilitate a atins 19,8%, la finele lunii aprilie, cel mai ridicat nivel obținut vreodată și aproape dublu față de nivelul minim obligatoriu, de 10%.

„Este nevoie să dați credite mai multe, ca să fiți profitabili, dar în condiții de prudență. Asta înseamnă să înțelegeți nevoile clientului, să dezvoltați încredere reciprocă, spiritul de negociere, benevolență. Într-adevăr, sunt și lucruri care nu depind de noi."

MUGUR ISĂRESCU
GUVERNATORUL BNR

***„Dacă băncile nu reiau creditarea companiilor, «se vor duce alții, cum o și fac deja: băncile nerezidente, băncile mamă, IFN-urile, piața de capital și diferite forme de inovații financiare».**"*

LIVIU VOINEA
VICEGUVERATOR BNR

PROBLEMA. Partea negativă a triumfului este că are prea puțină legătură cu finanțările acordate de bănci. Raportul credite/ depozite era de 80,4%, în finele primului trimestru, față de 87%, în aceeași perioadă a anului trecut, în timp ce în anii 2008-2009, varia între 119% și 124%, nivel mai apropiat de cel din țările europene. Depozitele erau de peste 277,5 miliarde de lei, cu aproximativ 9% peste nivelul din 2008, iar soldul total al creditelor private (populație și companii nefinanciare) era cu 3,2% mai mare la finele lunii aprilie 2017, față de aprilie 2016, fiind de 223 miliarde de lei. Creșterea este de 6,8% față de nivelul din 2010, dar datorită unui avans puternic în primele patru luni din acest an, nu evoluției de plus 1%-2% din 2015 și 2016. Avansul este redus față evoluția economiei - creșterea PIB de 3,7%, în 2015, de 4,8%, în 2016, și de 5,7%, în primul trimestru al acestui an.

„Băncile care vor profitabilitate au înțeles că numai din plăți și din schimburi valutare nu au cum să-și întrețină structurile. Este nevoie să dați credite mai multe, ca să fiți profitabili, dar în condiții de prudență. Asta înseamnă să înțelegeți nevoile clientului, să dezvoltați încredere reciprocă, spiritul de negociere, benevolență. Într-adevăr, sunt și lucruri care nu depind de noi", le-a recomandat bancherilor Mugur Isărescu, Guvernatorul BNR, la „Forumul Pieței Financiare", organizat de Asociația Română a Băncilor (ARB).

Sergiu Oprescu, președintele Consiliului director al ARB, a subliniat, în mai multe rânduri, că este nevoie de creșterea intermedierii financiare (creditul privat acordat de bănci) din România, care la 29% este cel mai redus nivel din Uniunea Europeană (UE) și care este apropiat de nivelurile de dinaintea aderării la UE. În 2008, creditul neguvernamental reprezenta 38%, raportat la PIB. Sistemul bancar are capacitatea de a deservi creșterea intermedierii financiare, deoarece este unul dintre cele mai

bine capitalizate sisteme din UE și unul dintre cele mai lichide sisteme bancare din UE, cu un nivel de lichiditate imediată de 40%, față de 30% la nivelul băncilor europene, potrivit președintelui ARB.

Scăderea intermedierii financiare a fost provocată și de întârzierea sincronizării dintre ciclul financiar și cel economic. Bancherii susțin că desincronizarea este normală, după o criză. Oprescu a apreciat că resincronizarea a început anul trecut, dar ar fi trebuit să înceapă mai devreme. Situația are însă diverse cauze. Isărescu menționa că marile corporații preferă să se împrumute din exterior și „acest lucru are o serie de consecințe: intermedierea financiară pare a fi foarte redusă, iar datoria privată externă - foarte mare". Datoria externă a corporațiilor totaliza patru miliarde de euro, iar a IMM-urilor 1,1 miliarde de euro, cele două categorii reprezentând un volum de datorie externă echivalent cu circa 22% din soldul creditului acordat firmelor de către băncile rezidente. Restul de datorie externă este contractat într-o proporție majoritară de microîntreprinderi și IMM atipice (35,5% din stocul de credit bancar), dintre care aproximativ 70% l-au accesat companiile din sectorul imobiliar. Toată datoria externă pe termen lung era de 70,2 miliarde de euro, la sfârșitul lunii aprilie 2017.

REVANȘA CREDITULUI ÎN LEI. Din creditele pentru populație, cea mai mare pondere (58,8%) aveau, la sfârșitul primului trimestru, cele în lei (131,3 miliarde de lei), care au crescut cu 13,5% față de perioada similară din 2016, iar cel în valută (91,9 miliarde de lei) s-a redus cu 8,7%. La nivelul anului 2012, raportul era invers - creditarea în valută depășea 65%.

Din creditele în lei, 69,3 miliarde de lei erau pentru populație, în creștere cu 21%, și 62 miliarde de lei pentru companii, o majorare cu 6%. Pe segmentul în valută, 44,9 miliarde de lei erau pentru populație, în scădere cu 12,6%, și 46,9 miliarde de lei pentru companii, în scădere cu 4,7%. Aproximativ 4,5 milioane de români aveau un credit de consum, arată datele BNR, dar cifra le include și pe cele acodate de IFN-uri și creditele imobiliare.

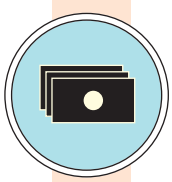
Creditele în lei au urcat, în ultimii ani, datorită reducerii dobânzilor la lei, ajungând aproximativ la același nivel cu cel în valută, după ce dobânda de politică monetară a tot fost scăzută, fiind stabilită la 1,75%, din mai 2015. Vânzarea de credite neperformante și finanțarea creditării din resurse interne au mai contribuit la reducerea ponderii creditelor în valută. În ultimii doi - trei ani, băncile au vândut credite neperformante în valoare de aproximativ cinci miliarde de euro. Doar anul trecut au vândut NPL-uri de 1,4 miliarde de euro, dar au rămas cu NPL-uri de 5 - 6 miliarde de euro, potrivit Deloitte România. Scăderea creditării în valută s-ar putea opri, dacă nu chiar să revină pe creștere, după ce BNR a redus rata rezervelor minime obligatorii (RMO) la valută, de la 10% la 8%, începând cu perioada 24 mai - 23 iunie 2017, ceea ce echivalează cu 500-600 de milioane de euro primiți de bănci.

Creditarea pentru populație s-ar putea să se revigoreze și mai mult în următorii ani, datorită deciziilor Curții Constituționale privind Legea Dării în plată și Legea conversiei în lei la cursul istoric a creditelor în franci elvețieni. Prima trebuie să se aplice individual, pentru fiecare caz, în funcție de prevederile din Codul civil privind impreviziunea, iar a doua a fost declarată neconstituțională. Ca urmare a acestor decizii sistemul bancar nu se mai confruntă cu riscuri sistemice severe, arată „Raportul asupra stabilității financiare" din mai 2017.

„Probabil, dacă nu s-ar fi întâmplat darea la plată, încet-încet, băncile ar fi ajuns să ofere acest program (n.r. - credite asemănătoare cu Prima Casă) din propria inițiativă, fără niciun fel de garantare de la stat. Anul trecut, piața a fost blocată, produsul standard s-a recalibrat. De cât mai avem nevoie ca să ajungem de unde am plecat? Probabil, un an – un an și jumătate, cel puțin, astfel încât să putem echilibra produsul standard și să-l orientăm spre populația tânără", a precizat Dana Demetrian, vicepreședintele BCR cu atribuții privind retailul și private banking-ul. Declicul programului Prima Casă îl reprezintă avansul de 5%, mult sub cel de 15%-25% al creditelor ipotecare standard. „Problema noastră, din punct de vedere cultural, este că nu reușim să facem economisire înainte de a face creditare. Populația tânără începe prin a consuma, nu prin a economisi", a completat Demetrian. BCR a finanțat, în ultimii zece ani, achiziționarea a aproximativ 100.000 de locuințe. Prin programul Prima Casă, lansat în 2009, BCR a asigurat finanțare pentru aproximativ 51.000 de locuințe, dintre care →

Top 5 în 2016

Surpriza anului trecut este că Banca Transilvania a depășit tradiționalul loc doi al sectorului bancar, BRD Soc-Gen, iar Unicredit Bank a ratat la o zecime să preia locul Raiffeisen Bank.



BCR
16,5%

Banca Transilvania
13,15%

BRD Soc-Gen
12,85%

Raffeisen Bank
8,43%

UniCredit Bank
8,3%

→ 38.000, în ultimii cinci ani, reprezentând un sfert dintre clienții programului. Pentru acest an, BCR a primit suficiente cereri pentru a-și acoperi alocarea Prima Casă, de aproximativ 525 de milioane de lei, într-o lună. Anul acesta, plafonul le-a fost alocat băncilor pe 20 martie, iar, pe această alocare, de la sfârșitul lunii aprilie, BCR nu a mai primit dosare noi, ci doar a așteptat aprobarea garanțiilor din partea autorităților. BCR va mai acorda credite pe Prima Casă. Finanțele au mai alocat, la mijlocul lunii iunie, pentru acest program încă 500 de milioane de lei, dintre care aproximativ un sfert vor reveni BCR-ului.

Bancherii iau în calcul o creștere a ratelor la dobânzi în acest an, mai ales după ce Banca Centrală Europeană (BCE) a anunțat, la începutul lunii iunie, că intenționează să mențină dobânzile la euro, rata dobânzii monetare fiind deja de 0%. Aproximativ 40% dintre împrumuturile din țara noastră au la bază EURIBOR, care la o lună este de -0,37%/an, la trei luni de -0,329%, la șase luni de -0,271% și la un an este de -0,161%/an. Pentru aproximativ 60% dintre credite se aplică ROBOR, care variază între 0,7%/an și 0,8%/an. Totuși, Isărescu a precizat, în cursul lunii mai, că nu se așteaptă la o creștere a dobânzilor la credite în acest an.

POTENȚIAL ȘI RISC. Mai mulți bancheri au subliniat că problema creșterii scăzute a creditării este că multe companii nu sunt bancabile, iar cel mai ridicat procentaj al NPL-ului este în rândul IMM-urilor. Firmele pot avea, încă, un capital social minim extrem de scăzut, de 200 de lei, iar 268.670 firme, 44% din cele care și-au depus bilanțul în 2015, aveau un capital negativ - datoriile epuizau capitalul. „Aceste firme ar trebui, în mod normal, să se capitalizeze sau să iasă de pe piață. Din păcate, Legea 31/1990 nu prevede sancțiuni, dar situația firmelor care înregistrează ani de ani pierderi și subzistă din împrumuturile de la acționari trebuie să facă obiectul unei analize a tuturor factorilor implicați, pentru că disciplina de plată trebuie îmbunătățită. Practic, PIB-ul scade prin înregistrarea de pierderi de către aceste firme, preponderent private. Mai mult, 155.887 firme (n.red. – aproape 26%) au cifră de afaceri 0 (zero), ceea ce arată barierele de ieșire de pe piață“, a explicat Liviu Voinea, viceguvernatorul BNR, în cadrul unei conferințe organizată de Coface

„Sistemul bancar românesc are capacitatea de a deservi creșterea intermedierii financiare, deoarece este unul dintre cele mai bine capitalizate sisteme din Uniunea Europeană.“

SERGIU OPRESCU
PREȘEDINTELE CONSILIULUI DIRECTOR AL ASOCIAȚIEI ROMÂNE A BĂNCILOR

„Problema noastră, din punct de vedere cultural, este că nu reușim să facem economisire înainte de a face creditare. Populația tânără începe prin a consuma, nu prin a economisi.“

DANA DEMETRIAN
VICEPREȘEDINTE BCR

România. Slaba capitalizare și reglementările mai permisive le încurajează pe firme să se finanțeze preponderent prin datorii, chiar datorii de la proprii acționari, care astfel ajung să obțină beneficii din falimentul propriei firme. Datoriile reprezentau 68% din totalul bilanțului firmelor, conform celor mai recente date disponibile, cele de la finalul anului 2015, dintre care cele mai importante categorii sunt datoriile față de partenerii comerciali (19%) și cele față de entitățile afiliate și acționari (12%).

„Îndatorarea financiară a firmelor este de aproape 200 miliarde lei, din care 101 miliarde de la bănci rezidente, 58 miliarde de la bănci nerezidente, 18 miliarde de la IFN-uri, iar restul sunt credite scoase din bilanțul băncilor, dar rămase în pasivul firmelor. Din 608.246 de companii nefinanciare active, care au depus bilanțul la Ministerul Finanțelor Publice în 2015, un număr de 68.088 de firme aveau un credit bancar la sfârșitul anului 2016, respectiv 11,2%, din care 8% doar de la bănci și 3,2% atât la bănci, cât și la IFN (leasing financiar)“, a menționat Liviu Voinea. Valoarea medie a unui credit bancar acordat firmelor este de 78.300 lei, „o valoare redusă, care nu duce cu gândul la finanțarea unor mari proiecte investiționale“, a punctat Voinea.

Florin Dănescu, Președintele Executiv al ARB, citat de presa centrală, a subliniat că, în prezent, creditarea IMM-urilor nu este direct legată de capacitatea de garantare a sistemului: „Sunt 450.000 de IMM, dintre care 110.000 de IMM-uri au o cifră de afaceri de 100.000 de euro, iar dintre acestea doar 80.000 au avut anul trecut profit. Din păcate, este o problemă de cerere. Universul IMM-urilor pe care băncile le pot finanța este relativ mic în România. Cu toate acestea, cei care lucrează în departamentul de IMM-uri al băncilor sunt cei care aleargă cel mai mult pe teren și au cele mai mult întâlniri.“

Voinea a adăugat pe lista cauzelor care limitează creditarea către companii nivelul ridicat al marjei dintre rata dobânzii la credit și cea la depozit și procedurile și regulamentele interne greoaie ale băncilor comerciale și al căror grad ridicat de complexitate nu vine, în primul rând, din conformarea la normele BNR. Alte cauze enunțate de viceguvernatorul BNR sunt: gradul prea ridicat de dependență față de băncile mamă pentru aprobarea creditelor mari; gradul prea mic de diversificare a boardului cu persoane

care înțeleg specificul economiei românești; pregătirea și motivarea insuficientă a personalului bancar care intră direct în legătură cu clienții; lipsa unei viziuni pe termen mediu cu privire la evoluția unei piețe care, în absența unui suflu nou al creditării pentru firme, va continua să se restrângă.

SOLUȚIILE? Isărescu crede că ar fi util să se formeze echipe mixte, între bănci și Ministerul de Finanțe, pentru a se găsi soluții la această situație. „În acest domeniu, al relațiilor cu clientul, o altă problemă care se cere rezolvată este ieșirea din capcana litigiilor în instanță. În măsura în care o bancă are foarte multe litigii înseamnă că intră în zonă de risc, trebuie să-și majoreze capitalul. Normele europene, ghidurile EBA îndeamnă băncile să găsească metodele de a negocia cu clienții în interiorul sistemului bancar. Am creat instrumente pentru așa ceva, de exemplu Centrul pentru Soluționarea Alternativă a Litigiilor Bancare, care trebuie utilizate mai activ“, a completat Isărescu. Acesta a subliniat că nicio prevedere legală nu dă dreptul BNR-ului să facă protecția consumatorilor. Dacă băncile nu reiau creditarea companiilor, „se vor duce alții, cum o și fac deja: băncile nerezidente, băncile mamă, IFN-urile, piața de capital și diferite forme de inovații financiare“, a subliniat Voinea. Alte părți interesate să crediteze sunt cumpărătorii de pachete de credite neperformante, „care se transformă practic în intermediari financiari și, într-o fază incipientă – creditul online“, a completat Voinea.

Tendința se observă la nivelul de îndatorare, de 42%, ceea ce arată că diferența de 13%, până la nivelul intermedierii financiare de 29%, este împrumutată din alte surse. „Îndatorarea totală cuprinde și creditele cesionate, pentru că, deși acestea dispar din bilanțul bancilor, ele rămân ca datorii pentru debitori și afectează capacitatea lor de a accesa alte credite pe viitor“, a adăugat Voinea. Îndatorarea totală este în scădere, de la peste 50% în 2008.

Citiți mai multe despre PIAȚA BANCARĂ și cele mai importante tendințe din domeniul financiar pe forbes.ro sau prin scanarea codului de mai sus.

PUBLICITATE

ROXANA ȘUNICĂ
Director Marketing Recolamp.

Noi am făcut muncă de pionierat

În acești ani am colectat și reciclat peste 3.300 de tone de deșeuri care provin din echipamente de iluminat. Dacă am pune toate aceste deșeuri la un loc, am putea contrui o clădire de o mai mare decât Hotelul Intercontinental din București.

Câte produse sunt reciclate lunar sau anual de către Recolamp? Cum a evoluat numărul acestora în cei aproape 10 ani de activitate?

În cei aproape zece ani de activitate Recolamp (septembrie 2007 - aprilie 2017), cifrele privind colectarea și reciclarea deșeurilor ce provin din echipamente de iluminat au crescut spectaculos, astfel că în 2016 am gestionat 658.089 kilograme deșeuri. În medie, ar fi vorba de aproximativ 55 de tone de becuri economice, de la iluminatul stradal sau LED, tuburi fluorescente și corpuri de iluminat pe care le gestionăm lunar.

Pentru 2017, producătorilor români de echipamente electrice și electronice le-a fost stabilită prin OUG 5/2015 o țintă de 45%. Pentru Recolamp, acest obiectiv se traduce în felul următor: anul acesta trebuie să asigurăm colectarea si reciclarea a 875 de tone deșeuri echipamente de iluminat, ceea ce înseamnă o creștere cu 33% a performanțelor asociației.

Rezultatele de care vorbim în prezent, sunt impresionante dacă le comparăm cu 2007, momentul de când noi existăm ca asociație de preluare a responsabilității producătorilor pe segmentul de echipamente de iluminat. Acum aproape zece ani nici nu se punea problema de infrastructură de colectare, nu exista nimic din acest sistem. Noi am făcut muncă de pionierat și împreună cu partenerii noștri am construit totul pas cu pas. În acești ani am colectat și reciclat peste 3.300 de tone de deșeuri care provin din echipamente de iluminat. Dacă am pune toate aceste deșeuri la un loc, am putea contrui o clădire mai mare decât Hotelul Intercontinental din București. Toate aceste produse, multe cu conținut periculos pentru mediu, nu au mai ajuns la gropile de gunoi, ci în instalații de reciclare conforme.

Ce se întâmplă, efectiv, cu deșeurile reciclate prin RECOLAMP?

Deșeurile de becuri, tuburi fluorescente, LED-uri sau corpuri de iluminat pe care le colectăm noi sunt sunt sortate în funcție de tipul și dimensiunea lor, apoi sunt reciclate în instalații specializate, respectând întocmai reglementările în vigoare pe acest segment, în acord cu directiva europeană în vigoare. Din deșeurile ce provin din corpuri de iluminat se recuperează, prin tratare, sticla, plasticul și metalul. În ceea ce privește deșeurile de surse, pe lângă sticlă, plastic, metal și componente electronice, mai avem și mercur – un element nociv pentru mediu și sănătate. În România, reciclarea corectă și autorizată a acestor tipuri de deșeuri se face la GreenLamp Reciclare, Buzău. Acolo ajung becurile și neoanele pe care noi le adunăm în numele producătorilor pe care îi reprezentăm.

Poate fi comparată activitatea de reciclare a echipamentelor de iluminat din țara noastră cu cea din alte țări mai dezvoltate? Care ar fi asemănările și unde ar mai fi de lucrat pentru a nu mai exista o discrepanță majoră?

Discrepanța majoră dintre România și alte state este dată de întreaga cultură a colectării selective a deșeurilor. Nu vorbim aici doar de echipamente de iluminat ci, mai ales, de deșeuri mult mai uzuale, voluminoase și vizibile: ambalajele, bateriile, deșeurile din construcții și așa mai departe. Ne-ar ajuta pe noi, în primul rând ca cetățeni ai acestei țări, să vedem că deșeurile nu mai ajung în amestec la gropile de gunoi. Apoi, pentru noi, ca specialiști care activăm în această industrie a protecției mediului, ar fi cu mult mai simplu să adăugăm încă un deșeu - becul - la o listă de produse pe care populația este deja obișnuită să le depoziteze separat și să le predea în zile diferite operatorului de servicii de salubritate.

Prin urmare, România mai are mult de lucrat la tot ce ține de deservirea gospodăriilor, la modul în care cetățeanul român este încurajat/ educat/ determinat/ constrâns să își gestioneze gunoiul menajer, precum și deșeurile reciclabile pe care le generează. Ne lipsesc cu desăvârșire punctele de colectare municipale și colectarea măcar pe 4 fracții (hârtie, mase plastice, metale și sticlă) - așa cum este ea obligatoriu stipulată în Legea serviciului de salubrizare a localităților (Legea 101/2006).

Am putea vorbi cândva de colectare 100% a acestor deșeuri în România? Când?

Așa cum știți, de la 1 ianuarie 2016 avem o țintă de colectare de minim 40% din greutatea medie a produselor introduse pe piață, în ultimii trei ani, de către producătorii români. De la 1 ianuarie 2017, ținta crește la 45%, iar până în 2021, trebuie să asigurăm colectarea și tratarea a minim 65% din deșeurile de echipamente electrice.

Odată cu apariția LED-urilor, însă, „regulile jocului - colectare" se schimbă. Această tehnologie asigură o durată de viață cu mult mai mare față de iluminatul tradițional. Dacă la tuburile fluorescente vorbeam de 6 ani, la echipamentele LED, producătorii vorbesc de și până la 25 de ani de funcționare. Pentru protecția mediului, aceste vești sunt foarte bune! Înseamnă că vor fi mai puține deșeuri ce trebuie gestionate an de an. Însă, ținându-se cont de aceste particularități ale produselor, pe masa Comisiei Europene se găsește un proiect normativ care să schimbe inclusiv modul de calcul al țintelor.

Care sunt planurile RECOLAMP pentru anul următor, dar și pe termen lung? (număr de parteneri, cantitate deșeuri colectate etc.)

Planurile noastre, an de an, sunt legate exclusiv de îndeplinirea țintei de colectare și reciclare ce ne revine de la producătorii pe care îi reprezentăm. Pe termen scurt, mediu și lung, avem un singur obiectiv - acela de a acoperi responsabilitatea privind gestiunea deșeurilor de echipamente de iluminat pentru cei care ne-au înființat și pentru cei care ne finanțează. Desigur, punctual, dezvoltăm campanii, tactici, acțiuni, în funcție de prevederile legale și de evoluția lor, dar credem că pentru a vorbi de protecția mediului, avem nevoie în primul rând de aplicarea legii pentru toți actorii - așa numitul „enforcement". Concurența pe piață poate începe doar din momentul în care toată lumea joacă după aceleași reguli și își îndeplinește în mod real ținta. De la punctul acesta încolo, putem și trebuie să ne raportăm la indicatori de eficiență financiară, optimizări, performanță. În condițiile în care, potrivit celor mai recente date de la Agenția Națională pentru Protecția Mediului, la nivelul anului 2014, doar 24% din deșeurile de echipamente electrice și electronice erau declarate ca fiind colectate și reciclate, iar pentru sursele și corpurile de iluminat vorbim chiar de rezultate naționale consolidate și mai slabe - sub 19%, o mare parte din resursele noastre se duc într-un sisetm care nu pare să încurajeze performanța. Ba din contră, o taxează.

Supermarketul bebeluşilor

Bebe supermarket Militari

NOU

Organizăm

BABY SHOWER

Totul pentru tine şi copilul tău

www.bebesuper.ro

www.babyshower.ro

The firts children's jewelry.

Pendants, bracelets, rings, earrings and safety pins in yellow or white gold and enamel designed to celebrate the little ones at christenings, parties and birthdays. Discover all on **www.lebebe.eu**

KULTHO *Forever diamonds* | splend'or *pasiune pentru bijuterii* | bb-shop.ro SHOP ONLINE

THE JEWEL FOR BABIES

CUPRINS

Forbes Kids

54 GOOD NEWS

62 INTERVIU CU SIMONA PĂTRULEASA

64 9 DILEME ALE PĂRINŢILOR DESPRE EXAMENELE COPIILOR

66 CUM STĂM CU „MODELELE“?

74 PICTORIAL MODĂ: SPLASH!

84 GREU CU ADOLESCENȚII! DAR CU PĂRINȚII?

86 INTERNETUL, PRO SAU CONTRA?

88 INTERVIU CU DR. ANAMARIA IULIAN

92 DRUMUL SPRE SUCCES

94 ARTA ELEGANŢEI SE ÎNVAŢĂ DIN COPILĂRIE

96 ÎN VACANȚĂ CU COPILUL... DAR UNDE?

98 OLIVIA PETRE „VACANŢELE CHILDREN INCLUSIVE“

99 ELA CRĂCIUN „NU EXISTĂ CĂLĂTORII PERFECTE, CI MOMENTE PERFECTE DE FAMILIE“

100 UNDE PETRECI WEEKEND-URILE?

102 TESTELE BRIO

104 FLASH

Un sfert de secol de poveste la Disneyland® Paris

DISNEYLAND® PARIS ÎMPLINEȘTE ANUL ACESTA 25 DE ANI DE EXISTENȚĂ. Magia locului este mai intensă ca niciodată, fiindcă Disney a pregătit special pentru această aniversare noi show-uri, iluminații și alte evenimente care îi vor lăsa cu răsuflarea tăiată pe cei mici. Cei mari se pot bucura de facilități de cazare mai confortabile și adecvate ca niciodată, dar și de experiențe culinare sofisticate. La o aruncătură de băț de spiritul ooh-la-la al Parisului, distracția umple aerul și toate visele sunt mai aproape de realitate ca oricând.

Visele se adeveresc în Disneyland® Park, unde cele cinci tărâmuri magice aduc la viață poveștile cu zâne ca nicăieri în altă parte. Descoperă show-uri spectaculaose, atracții care te lasă cu gura căscată, o paradă orbitoare și întâlniri de neuitat cu Personajele Disney - totul într-un cadru cu un plus de strălucire datorat celei de-a 25-a aniversări. Imaginați-vă locul în care familia se distrează din primul moment în care ajunge în parcurile Disney®

Cu 2 parcuri Disney, peste 50 de atracții, șapte hoteluri, 40 de restaurante și activități de la înpt la golf și cumpărături, Disneyland Paris oferă o experiență diferită pentru fiecare zi de ședere.

În culisele poveștilor

Lumină, motor și acțiune din plin! Strecoară-te în spatele pânzei ecranului și încălzește-te în lumina reflectoarelor, pe când atracțiile de blockbuster, spectacolele împânzite de stele și întâlnirile memorabile adaugă magie în povestea familiei tale.

Asigură-te că te-ai îmbrăcat în cea mai bună ținută de petrecere, fiindcă grămezi de personaje și prințese Disney au ieșit în lume și vor să sărbătorească.

Lansezază-te în ofensivă pe Star Wars Hyperspace Mountain, pentru o bătălie epică cu Imperiul Răului. Iar aventura intergalactică nu se oprește aici: The Adventures Continue* e un tur exploziv 3D prin cele mai întunecate colțuriale galaxiei.

Privește uluit Castelul Frumoasei Adormite pe când Mickey te conduce printr-o extravaganță orbitoare de Iluminații Disney. Focuri de artificii magnifice, proiecții de lumină incredibile și efecte speciale uluitoare readuc la viață poveștile Disney, clasice și mai noi, inclusiv Star Wars, Frozen și Pirații din Caraibe.

Mergi cu micuții către Parcul Disneyland® unde se desfășoară Parada Starurilor Disney. Sari în sus de bucurie pe când Mickey și prietenii lui planează deasupra unor atracții noi, printre care un dragon care scuipă foc, care spun poveștile Disney ca niciodată până acum.

Trăiește magia cu un sejur într-unul din cele șapte hoteluri tematice Disneyland®, pentru a-ți crea amintiri durabile!

CÂT TE COSTĂ O VACANȚĂ LA DISNEYLAND PARIS

Hotel Santa Fe 2* - de la 413 euro/adult, respectiv 142 euro/copil. Oferta include 3 nopți cazare cu demipensiune, în cameră standard și 4 zile bilete de acces în ambele parcuri (ofertă Happy Tour).

Hotel Newport Bay Club 4* - de la 559 euro/adult/respectiv 142 euro/copil. Oferta include 3 nopți cazare cu demipensiune, în cameră standard și 4 zile bilete de acces în ambele parcuri (ofertă Happy Tour).

*ofertele sunt valabile până la 19.07.2017, cu rezervări efectuate până la data de 31.10.2017. Include reducerea de 20% la cazare și demipensiune gratuită

SPORT

Vacanță în galop

Vara este anotimpul cel mai bun pentru activităţi sportive pentru părinţi și copii. O idee care prinde la orice vârstă poate fi lecţia de echitaţie. Noutatea este aceea că acum poate avea loc în toate zonele ţării. Dar pentru că cei mai mulţi părinţi sunt cu gândul la destinaţiile de weekend sau de concediu, centrul de echitaţie „Spiritul Cailor“ din Poiana Brașov, la numai 15 minute de municipiul Brașov, poate fi o sugestie de luat în seamă.

EDUCAŢIE

5 imperative ale sănătății, bunăstării și succesului

O echipă de oameni de știinţă de la University College London susţine că a descoperit cele cinci pietre de temelie care stau la baza vieţii fructuoase, informează ziarul The Telegraph. Cercetătorii au subliniat că stabilitatea emoţională, determinarea, controlul, optimismul și conștiinciozitatea sunt atributele care determină sănătatea, bunăstarea materială și succesul în viaţă. Este cunoscut faptul că unele persoane foarte inteligente, care provin din medii favorizate, pot eșua în viaţă, deoarece le lipsește tăria de caracter, în timp ce indivizii mai puţin înzestraţi, care sunt însă încrezători și autodisciplinaţi își ating ţelurile. Concluzia studiului nu este însă o noutate, ci doar o reconfirmare ştiinţifică a unui vechi adevăr.

TIMP LIBER

Distracția vine în valuri la Divertiland

Divertiland Water Park, cel mai mare parc acvatic din țară, încinge atmosfera și apa din piscine, organizând petrecerile „Saturday Sensations" cu muzică și dans. Clasat în top 5 parcuri acvatice din Europa, Divertiland a reinventat conceptul de divertisment în aer liber. Dotările de nivel internațional includ 22 de tobogane, piscină cu valuri, singurul Lazy River din țară, plajă cu nisip, piscină olimpică și 9 restaurante. Aici se pot lua lecții de surf, spining, zumba, aqua aerobic, volei, înot și chiar padboll. La Divertiland, se poate ajunge atât cu autoturismul personal, cât și cu autobuzul 236, cu microbuzele gratuite puse la dispoziție de parc, precum și cu trenul care oprește chiar în stația Divertiland. Detalii pe Facebook sau pe *www.divertiland.ro*.

EDUCAȚIE

Construim și învățăm cu LEGO® DUPLO®!

Cu ajutorul Orașului LEGO® DUPLO®, copiii între 2-5 ani deschid poarta către o lume minunată, în care figurinele DUPLO moderne pot recrea viața de zi cu zi. Iar pentru cei care adoră să-i arate mamei cum a fost ziua lor la grădiniță, setul de construcție colorat LEGO DUPLO Grădinița, potrivit pentru copiii 2-5 ani, este jocul cel mai potrivit. De la joaca pe covoraș și prânzul, până la rutina de îngrijire și activitățile de păstrare a ordinii, toate se pot reconstitui întocmai cum s-au petrecut la grădi! Ajută-ți copilul să-și consolideze învățarea, încurajează-i abilitățile de joacă pe roluri și bineînțeles, distrați-vă! Și dacă vine weekend-ul de ce să nu încercați o pizza delicioasă de la noua Pizzerie din orașul LEGO DUPLO? Copilașii vor adora să-ți servească pizza delicioasă direct din cuptor, în restaurantul plin de culoare, învățând în același timp cum să se comporte într-un asemenea loc. Ei mai pot prelua comenzi telefonice, iar apoi să încarce bicicleta pentru livrare cu LEGO®DUPLO® Pizzerie (2-5 ani).

SPORT

Inițiere în tenis

Tenisul se poate transforma într-o pasiune pentru toată viaţa. Iniţierea începe la 5 ani și locurile unde se poate practica sunt acum numeroase. Iată câteva sugestii pentru București.

CS Dinamo București

Șoseaua Ștefan cel Mare nr. 7-9, Sector 2

Secția de tenis a Clubului Sportiv Dinamo București are programe atât pentru inițiere, cât și pentru avansați ori pentru cei care vor să practice acest sport în regim intensiv.
Opt ședințe a câte o oră costă 280 lei pe lună, pentru 12 ședințe plătești 360 lei, iar pentru 20 de ședințe 600 lei.

Sud Arena

Șos. Vitan Bârzești 5-7, Sector 4, București

Inițierea în tenis, pe grupe de copii, începe de la prețul de 250 lei pe lună pentru opt ședințe de câte o oră și jumătate. De școala de tenis se ocupă instructorul Valentin Raiciu, iar Sud Arena are parteneriate cu multe grădinițe din sector, fiind preocupată de inițierea copiilor de la vârste foarte fragede.

Pescariu Sports & Spa/ Tenis Club București

Str. Glodeni nr. 3, sector 2

Această școală dispune de bază de excepţieși de antrenori reputaţi. Are multe programe de inițiere, pentru diverse categorii de vârstă, iar copii sunt primiți la lecții începând de la 5 ani. Mai multe detalii pe *pescariusports.ro*.

ekan
Simbolurile magice ale copilăriei
splend'or
pasiune pentru bijuterii
be in time
time for fashion
B&B
collection
bb-shop.ro
SHOP ONLINE

EDUCAŢIE

Distrează-te și învață!

Taberele culturale Bookland sunt un minunat cadru pentru desfășurarea unui program echilibrat de activităţi de învăţare și relaxare. Proiectul invită copiii la un mix de cultură, distracţie și informare, împărţit în workshop-uri de literatură, teatru, muzică, dans, psihologie practică, atreprenoriat, oratorie, dar și sesiuni de călărie, înot, fotbal, tirolianã, drumeţii etc. Având ca destinaţii Irlanda, Suedia, Valea Lotrului, Bran și Delta Dunării, taberele din acest an acoperă un amplu portofoliu de activităţi și oportunităţi. Integrarea în cultura locală se face prin vizitarea zonelor istorice, a parcurilor naturale, a rezervaţiilor și a unor obiective turistice. Distracţia e obligatorie, așa că nu va lipsi!

TIMP LIBER

Vacanță urbană la WATER PARK

Situat la 6 km de București, Water Park este locul ideal pentru distracţie, petreceri de tot felul, concerte și, bineînţeles, relaxare. Se adresează vizitatorilor de toate vârstele, este un excelent mod de a petrece timpul cu prietenii și familia, oferind un program atractiv, într-un spaţiu de 10.000 mp, cu o capacitate de 4.000 de persoane, 9 piscine, 30 de tobogane de diverse dimensiuni, teren de fotbal, de volei pe nisip și un teren de tenis de câmp. Și în acest an, Water Park a fost modernizat, iar copiii vor putea să se distreze cu noile jucării pregătite pentru ei. Water Park îi așteaptă să profite de soarele fierbinte al verii și să se distreze fie la Candy Water Toy, Flower Water Toy, Waterfall Tunnel, fie la trambulinele distractive din colţul Jump 'n Laugh.

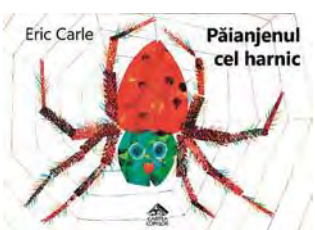
SPORT

Aventura vă așteaptă!

Până la plecarea în vacanță, vara poate fi anotimpul distracției dacă îți petreci weekendurile cu familia în natură. Atmosfera parcului de aventura Edenland poate fi o variantă, mai ales pentru că este aproape de București și oferă aventură în aer liber, relaxare și distracție în familie. Fiind cel mai mare parc de aventură de la noi, Edenland Park pune la dispoziția copiilor și adulților diverse activități în aer liber: de la plimbarea cu bicicleta, până la echitație, trasee în copaci, tir cu arcul sau paintball.

CARTE

Păianjenul cel harnic



Editura Cartea Copiilor a lansat recent „Păianjenul cel harnic“, o carte scrisă și ilustrată de celebrul Eric Carle. Este povestea unui păianjen care își țese neobosit pânza pe gardul unei ferme, dovedind multă perseverență în dorința lui de a-și duce munca la bun sfârșit. De fapt, cartea le explică micilor cititori că succesul în viață depinde și de abilitatea de a te concentra, de a urmări un scop precis, de a face ce trebuie la momentul potrivit și de a nu te lăsa ademenit de lucruri facile, atunci când vrei să realizezi ceva important. Paginile cărții sunt cartonate integral și au colțuri rotunjite, pentru siguranța celor mici. În plus, peste ilustrații este aplicată o imprimare în relief, care îi ajută să descopere păianjenul și pânza sa, nu numai cu privirea, ci și prin pipăit. Este disponibilă pe *www.carteacopiilor.ro*.

HiPP HiPPiS
Pe locuri, fiți gata,
HiPPiS, start!
NOU: 100% fructe ecologice, fără adaos de zaharuri
DISPONIBIL ACUM
HiPP HiPPiS 100% BIO FRÜCHTE Pfirsich in Apfel-Mango
HiPP HiPPiS 100% BIO FRÜCHTE Erdbeere-Banane in Apfel
OHNE ZUCKER-ZUSATZ
De la 1 an
Super distracție între mese!
Piureurile de fructe HiPP HiPPiS, de cea mai bună calitate ecologică, sunt prietenii ideali între mese şi sunt şi distractive datorită animăluțelor vesele şi jucăuşe HiPPiS.
Foarte important! Laptele matern este cea mai bună hrană pentru copilul tău. Se recomandă alăptarea exclusivă cu lapte matern pentru sugarii cu vârsta de până la 6 luni.
hipp.ro

CARTE

Ludoteca, locul jocului inteligent

Dedicată copiilor preșcolari, Ludoteca „Apolodor din Labrador“ de la Biblioteca Naţională își propune să-i aducă pe micuţi mai aproape de cărţi și de lectură, să le antreneze creativitatea, încrederea în sine, inventivitatea, abilitatea de a relaţiona cu alte perosoane. Ludoteca este deschisă luni, miercuri, vineri – între orele 10.00-18.00, marţi și joi – între orele 12.00-20.00, iar în cadrul ei sunt organizate periodic ateliere de creaţie, ședinţe de lectură, expoziţii, spectacole de teatru și alte tipuri de evenimente dedicate celor mici.

TIMP LIBER

Ateliere pentru părinți și copii

Când a fost ultima oară când ai petrecut mai mult de 40 de minute cu copilul? O întrebare la care nu-i chiar ușor de răspuns. De aceea, vacanţa poate fi ocazia mult așteptată să schimbi ceva în acest sens. Tabăra KaleidosCopil, organizată de PlaYouth, oferă un cadru deosebit pentru că încurajază autocunoașterea și dialogul dintre părinţi și cei mici. În cadrul ei, vor fi organizate ateliere, workshop-uri și alte activităţi deosebit de atrăgătoare, la care copiii se vor distra și vor învăţa. În acest timp, părinţii vor avea și activităţi dedicate lor, între care un atelier de dezbateri pe teme legate de educaţie.

60 GOOD NEWS

Forbes România Kids

CARTE

Mirela Retegan: „ASTĂZI ESTE DESPRE ASTĂZI“

Mirela este femeia din spatele celei mai iubite găști din România – Gașca Zurli. Și este femeia care desenează zâmbete pe feţele oamenilor cu care intră în contact. Noua ei carte se numește simplu, „Astăzi este despre astăzi“, și vorbește despre copii și despre părinţi. „Astăzi...“ este despre fiecare copil din lumea asta mare, despre fiecare părinte, despre fiecare moment în care trăiești conștient. „Astăzi...“ este despre fiecare copil care se naște, fiindcă este un copil dorit și iubit. Un copil crește cu părinţii, cei care cresc lângă părinţi, cresc singuri. „Astăzi...“ este și despre copiii ai căror părinţi sunt despărţiţi și care prin ruptura relaţiei lor pot produce efecte devastatoare. „Astăzi...“ este o carte în care am pus cele mai sincere gânduri, trăiri ale mele ca mamă, ca femeie. A fost o adevărată provocare să îmi așez gândurile pe hârtie. Vă invit să o citiţi cu mintea și sufletul curate. Sunt convinsă că mulţi dintre voi se vor regăsi în ea.“, mărturisește Mirela Retegan despre cartea recent lansată.

Autonomia este cheia succesului

Gabriela Maalouf,
NLP trainer pentru copii și părinți
www.gabrielamaalouf.ro

Prima promisiune făcută copilului meu de abia născut a fost să îl înțeleg și să îl accept așa cum e și cum va fi. Părea atât de simplu la nivel de gând. Nu aveam nimic de făcut atât de greu, era nevoie doar de înțelegerea mea. Pur și simplu! Provocarea a venit când resursa mea de înțelegere nu a fost suficientă, pentru că nu o încărcase nimeni pe parcursul vieții mele. Ca să poți accepta pe cineva așa cum e, e musai să fi fost și tu acceptat de ai tăi. Altfel, toate situațiile noastre nerezolvate ies la suprafață exact când are copilul mai mare nevoie de noi. Și ne trezim că nu îl lăsăm să alerge desculț, pentru că nu e igienic, nu îl lăsăm să cânte sau să facă sport mai mult pentru că e mai importantă o anumită temă sau, pur și simplu, nu îl lăsăm să ducă un pahar la bucătărie sau să se pregătească singur de grădiniță pentru că e prea mic și nu are să se descurce.

În același timp, ne-am dori să fie autonomi, să vedem licărirea de încredere în ochii lor și parcă ne pare rău dacă vedem că nu se simt siguri pe ei.

Eu cred că pentru a crește un copil autonom e bine să îi accepți trăirile și emoțiile. Este primul pas prin care noi părinții le confirmăm că ceea ce simt ei este real și autentic. Astfel, copiii învață să aibă încredere în propriile lor instincte, învață să își construiască propria lor busolă internă. De ce e atât de important să aibă încredere în ceea ce simt și nu să se lase mereu ghidați de părinți, în orice acțiune ar întreprinde? Pentru că ei vor crește, nu vor mai fi atât de mult timp în preajma părinților. Dacă sunt obișnuiți să facă mereu ce le spune cineva, fără să aibă încredere în ceea ce ei simt sau cred că este bine, atunci este foarte posibil să asculte în continuare de cineva, doar că acel cineva poate fi un anturaj mai dubios sau o persoană care își vede interesul, iar acel interes nu este binele copilul nostru.

Al doilea pas pe care îl putem face, imediat după acceptarea emoțiilor copiilor noștri este oferirea șansei de a fi respinsabili. Pentru a știi ce responsabilități le putem da copiilor noștri, este important să știm că responsabilitatea înseamnă abilitatea omului de răspunde la o sarcină dată (response-răspuns+ ability-abilitate). Așadar, citim etapele de dezvoltare ale copilului și vom știi exact ce poate și ce nu poate face la vârsta pe care o are, la momentul dat. Mai departe, nu putem decât să îi sprijinim și să îi susținem în atingerea și asumarea responsabilităților specifice vârstei, spunându-le de cât mai multe ori DA pentru aceste activități. Cu siguranță, un micuț de trei ani poate duce un pahar de sticlă la bucătărie, fără să îl spargă, așa cum un școlar este perfect capabil să se pregătească dimineața singur de școală. Cu toate acestea, și micuții noștri sunt ființe umane și pot avea zile mai dificile. Eu nu aș ezita în a-i ajuta, dacă o cer.

Copiii care reușesc să crească autonomi sunt viitori adulți încrezători și nu în ultimul rând, oameni pe care te poți baza, ei cunoscându-și bine abilitățile și resursele. •

„Sunt o mamă care se panichează ușor...“

62 CONFESIUNI

SIMONA ESTE O PREZENȚĂ CONSTANTĂ ÎN CASELE NOASTRE... ÎN FIECARE SEARĂ ESTE GAZDA GRUPAJULUI DE ȘTIRI DE LA KANAL D, DAR PRINCIPALA EI PROFESIE OK, SPUNE CHIAR EA, ESTE CEA DE MĂMICĂ. PLINĂ DE ENERGIE, DE DRAGOSTE ȘI DE PROIECTE, NE POVESTEȘTE CUM VA ARĂTA VIITORUL APROPIAT AL FAMILIEI SALE.

de Viorica Rusu

Se poate spune acum că ești o mamă cu experienţă? Te întreb pentru că trecerea anilor nu ne aduce neapărat și „știința“ de care avem nevoie...
Am învăţat foarte multe în cei aproape șase ani de când sunt mamă, dar cu siguranţă mai am multe, foarte multe de aflat. Știu însă o groază de lucruri din experienţa mea, a părinţilor mei, alte lucruri le-am învăţat de la prieteni sau din cărţi (citite pe furate, când Ingrid dormea). Cred însă că niciodată nu ești pe deplin pregătit pentru ce va urma în viaţa copilului tău, mai ales când ești o mamă ca mine, care se panichează ușor. Sper să-mi treacă în timp și să devin mai puternică, să gândesc mai „la rece“ în situaţiile importante, pentru a fi un bun exemplu pentru fetiţa mea.

Dacă ar fi să-ţi faci un autoportret, cum te-ai defini ca părinte? Și cum te privești în această oglindă? Cu liniște sau cu temeri legate de viitor?
Sunt o mamă dedicată și implicată în tot ceea ce înseamnă dezvoltarea și educarea copilului meu. De când a apărut copilul în viaţa mea sunt mai sensibilă decât am fost înainte, mai fericită în fiecare zi în care îi văd zâmbetul și bucuria pe chip, mai responsabilă.

Resimţi criza părintelui care petrece prea puţin timp cu copilul său?
Nu. Nu resimt acest lucru pentru că petrecem foarte mult timp împreună, în fiecare zi. Nu ne-am despărţit nici măcar o zi în cinci ani și opt luni, de când Ingrid a apărut în viaţa mea. Tot ceea ce fac se întâmplă în funcţie de ea și de programul ei. Pentru noi, părinţii, Ingrid este centrul Universului.

Ca să ne așezăm discuţia pe lucruri sigure, care se vor întâmpla în viitorul cel mai apropiat, să vorbim despre vara aceasta. Unde pleci în vacanţă?
Nu ne-am făcut planuri concrete. Ingrid își dorește să meargă din nou la Disneyland pentru că i-a plăcut mult acolo. Și cred că asta vom face: mergem la Disneyland! Apoi, vom ajunge și pe litoralul nostru în weekenduri, după care urmează și o săptămână undeva, într-o ţară pe care n-am mai văzut-o până acum. Dar această destinaţie n-am stabilit-o încă...

Cum îţi selectezi destinaţia de vacanţă când vrei să pleci cu copilul? Ce criterii sunt esenţiale pentru tine?
De când am născut-o pe Ingrid, n-am fost în vacanţe fără ea. Am plecat cu ea de când avea șapte luni. Nu concepem să stăm despărţiţi, n-am putea să ne bucurăm de vacanţă dacă n-ar fi cu noi. Când ne alegem destinaţia, căutăm un hotel special pentru cuplurile cu copii, unde să avem loc de joacă, piscină pentru cei mici, unde să ne putem bucura de spectacole și de tot ce face plăcere unui copil...

Se zice că multe lucruri le înveţi din propriile greșeli. Dacă ne referim la

> DE CÂND A APĂRUT COPILUL ÎN VIAŢA MEA SUNT MAI SENSIBILĂ DECÂT AM FOST ÎNAINTE, MAI FERICITĂ ÎN FIECARE ZI ÎN CARE ÎI VĂD ZÂMBETUL ȘI BUCURIA PE CHIP, MAI RESPONSABILĂ.

Simona și Ingrid,
un tandem nedespărțit

vacanţa cu copilul, ce ai spune altor părinţi să nu facă?
Ţin minte că în prima vacanţă, când avea vreo șapte luni, am plecat și cu ibricul în care îi încălzeam laptele. Am avut un bagaj uriaș, de teamă că nu găsim acolo tot ce avem nevoie pentru bebeluș.
Ne-am înșelat! Am găsit tot ce ne trebuia pentru că resorturile destinate familiilor cu copii sunt puse la punct: îţi pun la dispoziţie tot ce vrei sau ai nevoie pentru tine și copil. Mai simplu spus, i-aș sfătui pe părinţi să fie mai relaxaţi, să nu se panicheze și să nu plece cu casa după ei!

Cei mai mulţi părinţi spun că după zilele de vacanţă petrecute în familie, cei mici evoluează uimitor, nu numai la nivelul informaţiilor, ci și în cel al relaţiilor, al trăirilor, al comunicării. Tu ce crezi? Ai observat aceste lucruri la fetiţa ta?
Bineînţeles! Ingrid a început să stea în picioare chiar în prima vacanţă. Cu siguranţă, după fiecare voiaj s-a întors cu informaţii noi, a interacţionat cu o mulţime de oameni, a experimentat lucruri nemaivăzute. Cât despre comunicare, Ingrid este excesiv de comunicativă, aș spune chiar vorbăreaţă, dar, desigur, după ce depășește bariera timidităţii.

Ce faci cu fetiţa în vacanţa „de acasă"? Are un program sau activităţi „de voie"?
Și, și. Luăm micul dejun toţi trei, ne uităm la desene, colorăm, pictăm, și, dacă vremea este frumoasă, mergem la înot, în parc și ne întâlnim cu bunicii.

În fine, să vorbim și despre proiectele cu bătaie lungă, dincolo de vacanţă. Ce vei face cu ea din luna septembrie? Ce activităţi ai în plan pentru dezvoltarea ei personală?
Din toamnă, Ingrid va merge la școală. Intenţionăm să începem lecţiile de pian și de teatru. Niciodată nu am exagerat cu activităţile, pentru că am convingerea că de multe ori părinţii sunt cei care și doresc aceste activităţi, nu copiii. Iar cei mici ajung să se plictisească ori să fie epuizaţi.
Cred că trebuie să facem totul cu măsură, nu să forţăm nota doar pentru că sună bine să dăm copilul la cât mai multe discipline. Trebuie să se bucure de aceste experienţe, nu să se simtă sufocat de ele. Cu timpul, Ingrid o să facă tot mai multe lucruri, dar o să le aleagă singură.

Ai ambiţii mari pentru viitorul fiicei tale sau alegerile îi aparţin?
Îmi doresc să facă ea alegerile și să le facă bine, să fie perseverentă, să-și găsească drumul și să se bucure de viaţă! Am să-i dau cele mai bune sfaturi și o voi susţine în tot ceea ce-și dorește, atât timp cât nu se va abate de la niște principii sănătoase de viaţă.

9 dileme

ALE PĂRINŢILOR DESPRE EXAMENELE COPIILOR

64 CONFESIUNI

Forbes România Kids

TE ÎNTREBI CUM AI PUTEA SĂ-ȚI AJUȚI COPILUL SĂ TREACĂ **MAI UŞOR** PESTE TESTELE DE FINAL DE AN ȘI EXAMENE? E FIRESC! DAR NU ÎNTOTDEAUNA CEEA CE PARE A FI SOLUŢIA CEA MAI BUNĂ, DĂ ȘI ROADELE AȘTEPTATE. DECI, CUM E MAI BINE SĂ FACI? **de Viorica Rusu**

Ultimul trimestru de școală și prima lună de vară vin cu emoții pentru părinții ai căror copii dau teste și examene... Cum să-i ajuți, când totul depinde acum numai de ei? Și totuși, rolul familiei în această perioadă este extrem de important. Poate fi cel mai prețios ajutor. Dar pentru asta, părinţii trebuie să-și cunoască foarte bine rolul și posibilitățile. Reține, deci, câteva dileme frecvente și soluţiile lor.

SĂ-I FAC PROGRAM DE STUDIU?

În febra ultimului trimestru de școală, când și pregătirile pentru teste sau examene sunt mai intense, orice elev are nevoie de un program bine articulat, din care să nu lipsească însă timpul de odihnă și de recreere. Ca orice organ al corpului, și creierul are nevoie de odihnă pentru a se reface. În plus, un program bun înseamnă să nu prelungească timpul de studiu peste orele 23. Adolescentul are nevoie de 9 ore de somn pentru a putea învăța eficient.

CUM ÎI POT FI DE AJUTOR?

Familia trebuie să fie un suport pentru adolescent. Ea este răspunzătoare de sentimentele negative pe care le trăiesc copiii, de stresul acumulat în timpul anului școlar, de problemele lor emoționale. Unii părinți au exigențe exagerate sau sunt anxioși și transmit această stare copilului lor, în loc de încurajare. Acest tip de atitudine nu îi ajută pe adolescenți să funcționeze capacitatea lor reală.

SĂ-I DAU „PREPARATE" PENTRU MEMORIE?

Deși creierul nu reprezintă decât 2% din greutatea noastră corporală, la efort, are nevoi energetice considerabile constând în vitamina B, minerale, lipide. În perioadele dinaitea examenelor, cu recapitulări dificile și efort pe măsură, cel mai bun „supliment" este mâncarea variată și bogată în fructe și legume. Dacă doctorul zice da, poţi să-i dai și un supliment nutritiv pentru memorie. În farmacii se găsesc o mulțime de astfel de preparate, care nu au efecte secundare și nici altfel de inconveniente.

CE NUTRIENŢI STIMULEAZĂ CONCENTRAREA?

Creierul este un mare consumator de nutrienţi. Zincul este implicat în transmiterea informațiilor, iar fosforul și glucoza activează circulația cerebrală, memoria și puterea de concentrare.

CUM ÎL PROTEJEZ DE STRES?

Până la un punct, stresul este normal. El menține creierul în alertă și îl ajută să se mobilizeze. După un anumit prag, poate provoca un adevărat blocaj psihologic. Desigur, gestionarea stresului este ușurată de buna pregătire și de o educație anterioară. Pentru un elev foarte emotiv, pot fi de ajutor tabletele cu magneziu, administrate înainte de examen.

CUM SĂ LUPT CU OBOSEALA ACUMULATĂ?

Oboseala se accentuează în perioada dinaintea examenelor. Odihna însă nu trebuie înțeleasă ca lipsa oricărei activități. Ea înseamnă pauze de la învățat, dar pauze active: plimbări, mișcare în aer liber, lecturi atractive, un film bun, muzică și, nu în ultimul rând, somn. În timpul somnului se refac celulele nervoase, ca de altfel întregul organism. Nu uita că nevoile de somn ale tinerilor sunt mai mari decât ale maturilor.

COPILUL MEU ESTE EMOTIV. CUM ÎL AJUT?

Uneori performanțele la examen sunt sub nivelul de pregătire al copilului. Reușita ține și de capacitatea lui de a face față unei situații stresante. Unii tineri reacționează disproporționat în fața examenului, chiar dacă s-au pregătit foarte bine. Și aceste reacții le scad performanțele intelectuale, până la blocaje emoționale. Alte cauze ale emotivității țin de părinți. Ei fac presiuni de genul: „Nu înveți suficient, n-ai să iei examenul!" Rolul părinților este să-și încurajeze adolescentul, să-i stimuleze încrederea în sine.

SĂ-L LAS SĂ ÎNVEȚE NOAPTEA?

Cel mai bine ar fi ca noaptea să fie pentru odihnă. Dar dacă adolescentul și-a dovedit capacitățile de a se reface repede după o noapte nedormită, poți face mici excepții. Nu însă înaintea examenului.

E BINE SĂ ÎNVEȚE PÂNĂ ÎN ULTIMA CLIPĂ?

Teoretic, nu. Cel mai bine este ca ultimele ore înaintea examenului să fie destinate acticvităților recreative. Dacă elevul învață până în ultima clipă, unele informații pot fi „umbrite" de ultimele lecturi, să nu-și mai amintească nimic din primele subiecte învățate.

Premianţii evenimentului Forbes Kids, alături de Anca Serea

CUM STĂM CU „MODELELE“?

de Viorica Rusu

Înainte să-i cunosc pe cei șapte „magnifici“, cărora le-am dedicat paginile următoare, îmi doream simplu, o anchetă cu liceeni. O anchetă gazetărească, despre nevoia lor de modele de viaţă, de atitudine, de cultură... I-am contactat telefonic, ba chiar le-am scris câteva mailuri lungi, cu explicaţii despre ce așteptam de la ei, și credeam că totul va ieși conform planului. Ei, cei șapte „magnifici“, mi-au dat însă planurile peste cap și au răspuns în stilul lor inconfundabil la... aspiraţiile, certitudinile, dorinţele lor. În loc de o discuţie seacă și plină de clișee (poate) despre modele de viaţă, am obţinut câteva portrete adorabile (epitetul l-am ales cu grijă maternă), emblematice, pentru ceea ce numim (cu iubire și bucurie) „copii frumoși“. Așadar, șapte povești despre „uite cine sunt eu“, din care orice părinte de adolescent va reuși să-și cunoască mai bine copilul și generaţia din care face parte. Cât despre modelul de viaţă, am aflat că nu contează atât de mult dacă îl ai sau nu. Fie că este vorba de prietenul tău cu trei ani mai mare, de părinţi, profesori, fie că respingi ideea de a face exerciţii de admiraţie pentru că vrei să fi tu însuţi, contează mai mult să fii pasionat, inteligent, curios, autoironic, să trăiești fiecare clipă cu gândul la viitor. Iar „magnificii“ mei nu fac economie, când este vorba despre mijlace de convingere. Deci, în loc de un interviu cu un psiholog doct despre nevoia de modele a adolescenţilor și câteva răspunsuri la întrebări tip, iată portretele unor copii care fac lucruri excepţionale, se implică în proiecte sociale, își cultivă pasiunile, visează cu ochii deschiși și învaţă. Ei sunt olimpici într-un alt mod de a înţelege performanţa.

BOGDAN UDROIU

„Mă inspiră oamenii din viaţa cotidiană, dar, mai ales, mă inspiră Mark Zuckerberg“

CINE SUNT EU...

Sunt Bogdan și sunt foarte curios. Așa am fost mereu. Vreau să știu cât mai multe despre lumea care mă înconjoară. Sunt elev în clasa a XII-a în cadrul Complexului Educaţional Lauder-Reut. Aici pot, în fiecare zi, să găsesc răspunsuri la întrebările mele și tot aici am avut șansa să urmez mai multe cursuri care m-au ajutat să înţeleg mai bine lumea în care trăiesc. Cursul de Diplomaţie și Relaţii Internaţionale mi-a oferit o perspectivă asupra lumii politice contemporane, lucru important în viaţa mea de adolescent implicat în comunitatea din care provin. De-a lungul anilor, am avut ocazia să particip la conferinţe diplomatice, precum evenimentul 2Day Ambassador, simulări ale ședinţelor Organizaţiei Naţiunilor Unite (ONU), vizite de studiu în cadrul Ambasadelor României de la Berlin și de la Paris și la Parlamentul European din Bruxelles și din Strassbourg.

CE AM FĂCUT ȘI CE FAC

Un lucru care a definitivat viziunea mea asupra lumii a fost cursul de marketing urmat anul trecut, cu ajutorul căruia am reușit să înţeleg tehnicile de persuasiune a companiilor, strategiile de promovare și de comunicare, fiind înconjurat de acestea în viaţa de zi cu zi. În timpul liber îmi place să mă implic în activităţi extrașcolare. Sunt voluntar în cadrul Școlii de Valori din anul 2013, unde am organizat evenimente sportive naţionale cu peste 20.000 de participanţi, precum The Color Run sau Business2Run. Am dobândit astfel abilităţi de comunicare, de organizare a timpului și de gestionare eficientă a sarcinilor, iar răsplata nu a întârziat: mii și mii de oameni fericiţi, bucuroși de iniţiativă și încântaţi adesea de vârsta mea fragedă. Această experienţă m-a ajutat să mă dezvolt ca persoană, găsind astfel și mai multe răspunsuri la întrebările mele. Curiozitatea, împreună cu nevoia mea crescândă de aplicaţii practice din școală m-au făcut să îmi doresc să mă implic în organizarea activităţilor de formare a elevilor din sistemul nostru de învăţământ. În acest sens, am ajutat la organizarea diverselor proiecte naţionale de educaţie nonformală, prin intermediu cărora, îmi place să spun că am „șlefuit“ personalităţile a mii de tineri.

O ZI OBIȘNUITĂ DIN VIAŢA MEA...

...arată astfel: mă trezesc foarte devreme, petrec 7-8 ore la liceu, un timp bine investit în viitor, 3-4 ore de studiu individual pentru examenul de Bacalaureat, apoi petrec câteva ore organizând proiectele și evenimentele despre care vorbeam. Acestea din urmă au devenit un lucru uzual, făcut cu plăcere, aducându-mi cea mai mare satisfacţie. Relaţiile mele de prietenie s-au dezvoltat în jurul acestor activităţi, fiind înconjurat de oameni pasionaţi de educaţie și pentru care a ajuta pe cineva reprezintă un ideal.

CINE SUNT MODELELE MELE

Mă inspiră mulţi oameni din viaţa mea cotidiană dar, mai ales, mă inspiră Mark Zuckerberg, deoarece dintr-o mare curiozitate a devenit o viziune și a reușit să construiască o afacere de succes. În viitor, intenţionez să urmez o facultate de Business Administration și Management, specializându-mă cel mai probabil în organizarea de evenimente la nivel profesionist. În concluzie, îi încurajez pe toţi tinerii să fie curioși, să caute răspunsuri la întrebări, să investească în pasiunile lor și să exceleze în ceea ce fac încă de pe băncile școlii.

ANDREEA VASILIU

„Cele mai influente modele de viaţă sunt membrii familiei mele“

CINE SUNT EU

Numele meu este Vasiliu Andreea-Geanina și am 19 ani, dar lumea, deseori, presupune că am 16, din pricina înfăţișării mele și a atitudinii optimiste și, uneori, copilăroase. Sunt studentă în anul 1 la Facultatea de Filosofie, specializarea Filosofie, însă perspectivele asupra carierei mele viitoare s-au modificat între timp. Din toamnă, voi începe un alt ciclu universitar de licenţă, de data aceasta, în domeniul serviciilor, al turismului și comerţului. Facultatea de Filosofie a fost mediul academic ideal în care am reușit să mă dezvolt atât în plan personal, cât și în plan profesional, m-a ajutat să-mi extind percepţia asupra lumii în care trăim, dar... am realizat că această profesie nu este ceea ce-mi doresc.
Mi-am urmat glasul inimii, pentru că dintotdeauna mi-a plăcut să am o contribuţie la proiecte interesante, să promovez istoria, cultura și tot ceea ce înseamnă România, iar schimbarea despre care vă vorbesc este pasul important spre îndeplinirea acestui scop. Îmi doresc să descopăr, să protejez și să promovez România cu resursele, monumentele, muzeele, castelele și peisajele ei de poveste și asta voi face.
Cea mai mare pasiune a mea este să învăţ zilnic lucruri noi, să-mi depășesc în fiecare zi limitele. De aceea, adaug la formarea mea noi arii în care îmi place să cresc: grafica, muzica, sportul, cinematografia, știinţele naturii și... oamenii. Grafica îmbinată cu pictura mă reprezintă prin simplul fapt că îmi sunt un mod de exprimare. Desenez, în principiu, portrete (am lucrat câteva sute, atât pentru a le oferi cadou, cât și pentru a-mi completa portofoliul sau pentru a le vinde în diferite contexte), dar și bannere, pereţi (în ateliere, camere pentru copii). Muzica este ca o ancoră pentru mine, o ascult, o fredonez la nevoie, pentru a mă energiza, echilibra, motiva. Alături de muzică așez și sportul. Sunt amatoare în ciclism, drumeţii și tenis. Merg și la cinematograf pentru că îmi plac filmele, chiar și desenele animate.

CUM SUNT EU

Sunt activă și mereu pusă pe acumulat cunoștinţe și experienţe. În perioada liceului m-am implicat în diverse proiecte, însă cel mai frumos și productiv a fost proiectul BurseleStart coordonat de Asociaţia „Școala de valori“ din București. Făcând parte din proiect, am beneficiat de o bursă în domeniul plastic și astfel, mi-am putut dezvolta propriul stil, manifestându-mi liber spiritul artistic. Sunt cine mi-am dorit să fiu!

MODELE MELE DE VIAŢĂ

Vă mărturisesc un lucru important pentru mine: una din pasiunile mele sunt... oamenii. De ce ? Pentru că ei au avut cea mai mare contribuţie în formarea mea. Prin oameni, m-am descoperit, ei au fost adevărate puncte de reper în acţiunile și în alegerile mele. Cele mai apropiate și influente modele din viaţa mea sunt membrii familiei mele, câţiva prieteni și domnii profesori cu care am interacţionat în anii de școală. Toţi oamenii cu care am intrat în contact au adus un plus personalităţii mele, fie ei cunoscuţi, apropiaţi, fie necunoscuţi, întâlniţi întâmplător pe stradă. Oamenii au devenit obiect de studiu pentru mine, fascinată fiind de intelectul și capacitatea lor de existenţă și de supravieţuire.

TUDOR STAN

„Mentoratul ţine foarte mult de prietenie și de autenticitate“

CINE SUNT EU

Tudor. 17 ani. Colegiul Naţional „I. L. Caragiale“, București. Voluntar. Scriitor. Am dat pe la fotbal, tenis, înot, baschet și șah. Am învăţat să cânt la pian (mai știu doar să citesc partituri), iar de chitară abia m-am apucat. Vreau să ajung la faptul că sunt un om al experimentării, poate e o scuză pentru faptul că mă plictisesc repede, dar vreau să încerc cât mai multe, ca să-mi găsesc adevărata pasiune. M-am oprit momentan la două mici iubiri pe care le dezvolt. Una este scrisul (am evoluat, cred eu, de la poezie la hip-hop). Preţuiesc scrisul pentru că s-ar putea să vreau să mă dezvolt și să ajung artist. A doua este Școala de Valori, pentru că mă formează ca om, îmi place să spun că lentila prin care priveam lumea era atâtica „.“, iar acum e cam așa „o“. Încă mică, dar măcar acum nu mai cred că sunt centrul Universului, sunt conștient că e o lume mare și încerc să înţeleg cât mai mult din ea.

MODELELE MELE

În drumul meu de la voluntar în comunicare până la actual ambasador GROW, am cunoscut mulţi oameni care aveau să mă influenţeze. Faţă de alte medii unde puteam fie observa de la distanţă oameni făcuţi din material de model, fie să-mi fac prieteni care nu-mi inspirau mare lucru, pe drumul acesta puteam să mă apropii, să fiu autentic și să creez povești cu oameni de la care luam lecţii. Este un vis, pe care îl folosesc încă departe de potenţialul lui.

Andrei (aka Nistor) e modelul meu actual. În momentul în care modelul tău e cu 3 ani mai mare, lumea spune că e ceva în neregulă cu felul în care faci alegerile de viaţă. Eu spun că mi-e mai ușor să mă apropii de cineva care are un copil în el în procente egale cu mine și pot învăţa destule de la cineva cu 3 ani în plus faţă de mine. Deci da, cred că mentoratul ţine foarte mult de prietenie și autenticitate, cred că asta e baza pe care poţi construi o relaţie de: „Eu sunt un superbiker, tu abia începi să pedalezi, dar sunt aici să-ţi arăt cum se face și să te

și ajut când e nevoie“ (evident, aplicată în orice alt domeniu).

MAI AM O ÎNTREBARE PENTRU MINE...

... înainte să închei: „Ce vrei să te faci când vei fi mare?“ Și o pun intenţionat pentru că știu care e răspunsul: am impresia că știu și am totul în cap, un plan concret, apoi câteva secunde nu reușesc să vorbesc, realizând că... habar n-am. Am trecut prin variante ca: „Arhitect. Mă mut cu iubita într-o ţară din Africa, unde asta se cere, și fac o căruţă de bani din creativitate“. Am sesizat că era doar un sacrificiu pentru ea și nici n-aș aș putea vreodată ajunge acolo. Apoi, „Scriitor. O să scriu... poezie. Atât de simplu...“ Am înţeles însă că nu sunt nici pe-aproape de a fi atât de culturalizat, încât să revoluţionez ceva acolo. Am mai zis „Pornesc mișcarea autenticităţii în literatură, unde nu contează ce limbaj sau ce referiri ai, atâta timp cât ești sincer și atragi lumea“, dar era o simplă scuză. Am zis „Dacă nu pot face artă, măcar o să creez comunităţi în care să ajut artiștii să se cunoască, să trăiască împreună în artă». Și cam aici am rămas, doar că acum și „business“ sună bine. Las frâu liber imaginaţiei către ideea de un milion de dolari. Și „hip-hop“ sună bine, pot asculta și învăţa, pot inova.

Problema e că sunt prea multe de încercat și că trebuie să fac ceva nou din ceea ce-mi place să fac. Ăsta sunt eu pe o foaie, asta am reușit să scriu și cred că am fost sincer cu mine și cu oricine citește.

OANA ANDREI

„Un model de viaţă? Sincer? Nu am! Vreau să fiu eu însămi.“

CINE SUNT EU

O elevă de aproape 18 ani care încă mai visează, asta sunt eu. Numele meu este Andrei Oana, sunt în clasa a 11-a filologie, bilingv germană, la Colegiul Naţional „Ion Luca Caragiale“, din București. Super puterea mea este să mă agit, să fac în permanenţă ceva și să mă înconjor de oameni frumoși de la care pot mereu să învăţ.
Minunea a făcut că, în clasa a 9-a, mi-am dat seama că acel lucru care mă ţine mereu ocupată și care mă face fericită este voluntariatul. De la a pune bandă pe niște garduri, în frig, la 5 dimineaţa pentru un maraton, împărţit flayere în ploaie, pictat pe pereţi diferite figurine din desene animate, pus sclipici pe felicitări de Crăciun și până la a face contracte și a completa formulare, research-uri sau baze de date, toate astea m-au făcut să-mi dau seama că sunt bună în mai multe domenii care presupun conștiinciozitate și organizare.

CUM AM AJUNS VOLUNTAR

Am realizat că relaţiile cu oamenii sunt cele care-mi pun cele mai multe oglinzi și care, mă ajută să mă dezvolt. Încă de acum trei ani, m-am implicat în multe proiecte de voluntariat, în diverse domenii. Așa am ajuns într-un loc pe care îl consider pe lângă a doua casă și un loc magic: Asociaţia Școala de Valori. Am ajuns acolo dintr-o pură coincidenţa, dar am rămas pentru că am vrut să mă implic. Am început cu programul de voluntariat de vară și am continuat cu programul Bursele Start, în care am făcut parte din echipa de organizare. Iniţial am fost acceptată pentru trei luni și am ajuns fără să-mi dau seama, la un an. Acum, mi-ar fi prea greu să mă gândesc să plec altundeva. Nu există cuvinte prin care să exprim cât de frumos este să simt că fac parte dintr-o echipă ca cea din care fac parte acum. Totodată, realizez că tot ceea ce fac azi, mă poate ajuta mâine.

CE FAC ÎN PREZENT

Anul acesta, am participat la proiectul Excepţionalii și am organizat, împreună cu alţi 4 adolescenţi, propriul nostru proiect, Meet the Backstage. Am reunit tineri din trupe la început de drum, cu oameni cu experienţă în domeniul muzicii, într-un training de o zi și acest lucru a fost un succes.
Experienţa astfel dobândită, prin proiectele de voluntariat, completează cumva persoana pe care o știam înainte și căreia îi era prea frică să ridice mâna în clasă să vorbească, pentru că, așa credeam atunci, spun baliverne. Am învăţat să trec peste toate acestea și să spun ceea ce gândesc. Deși mă implic foarte mult la școală, cred totuși că multitudinea de note bune, nu dă standarde și nu garantează succesul.

AM UN PLAN MARE DE VIITOR...

Și școala este pe primul loc. Vreau să merg la facultate în străinătate, să studiez Media și Comunicare.

CÂT DESPRE MODELELE DE VIAŢĂ...

Un model de viaţă, sincer, nu am. N-aș vrea să urmez un tipar, vreau să fiu eu însămi. O să fiu eu, propriul meu exemplu.
Îmi place să călătoresc și așa am descoperit că iubesc să surprind și păstrez diversitatea în imagini. Ca fotograf amator, am participat la câteva evenimente de voluntariat, dar, mai mult, fac poze pentru mine sau pentru blogul meu. În rest, sunt o fire veselă, știu să mă automotivez și sunt foarte muncitoare. Așa am descoperit cine sunt și cine vreau să devin.

CRISTI DRĂGAN

„Eu sunt Cristi și aș fi putut să fiu un adolescent ca oricare altul...“

Eu sunt Cristi Drăgan. Aș fi putut să fiu un adolescent ca oricare altul, însă, la un moment dat, am învăţat să vorbesc cu visul. Dormind destul de puţin printre zeci de activităţi, proiecte, oameni frumoși și simţiri în culori de curcubeu, tot ce mi-a rămas să fac a fost să visez cu ochii deschiși. Dar nu visăm toţi? Cred că într-un „astăzi“ în care totul trebuie să se întâmple repede și bine, uităm să visăm la viaţa de poveste pe care copilul din noi, pierdut printre griji și false fericiri, ar fi căutat-o. Ei bine, eu am avut nebunia (da, nebunia!) de a visa ca un nesăbuit și de a lupta pentru ceea ce, pentru mine, înseamnă valori.

La 15 ani, am ales să mă joc de-a producătorul de film și să învăţ ce înseamnă fundraising. După luni de muncă, povești de neuitat, dezamăgiri și bucurii nelimitate, împreună cu cei 10 colegi ai mei de proiect, am ajuns la Festivalul de Film de la Cannes.

Am crezut în mine și în faptul că vom construi o poveste, un trend ce va instiga tinerii să-și urmeze visurile și să nu le ţină niciodată într-o cutiuţă, pe rafturile prăfuite ale minţii.

Doi ani mai târziu, împreună cu alţi adolescenţi la fel de cutezători, **am construit primul Târg de cursuri și voluntariat pentru adolescenţi din România**. De ce era nevoie de așa ceva? Avem nevoie de un sistem complementar școlii, în care să ne descoperim și să ne urmăm pasiunile. Iar activităţile extrașcolare au fost lucrurile care pe mulţi ne-au făcut mari. Astăzi, la 18 ani, putem spune cu mândrie că peste 2.400 de oameni ne-au călcat pragul în cele 3 ediţii organizate. Asta și omuleţii care dau viaţă proiectului prin ore lungi de voluntariat și ne strâng în braţe, mândrii de rezultate, plus feedback-ul primit, ne motivează să luptăm împreună pentru acest vis.

Ca mine sunt mulţi și tot mai mulţi viteji se vor arăta, inspiraţi de munca noastră. Știm că exemplul pozitiv poate schimba o lume întreagă, așa că ne asumăm să ridicăm ștacheta tot mai sus. Eu sunt Cristi și aș fi putut să fiu un adolescent ca oricare altul, însă am ales să vorbesc cu visul.

BOGDAN GRABANY

„M-am întrebat cum ar fi să-mi creez propria limbă...“

Mă cheamă Bogdan Grabany, am 17 ani și sunt elev în clasa a-XI-a la „Mark Twain International School“. Urmez sistemul IB („International Baccalaureate“). Printre pasiunile mele se numără limbile străine, cum ar fi engleza și germana, programarea și desenul.

Am avut până acum, bucuria de a lucra la un proiect aparte, The World of Zote. La finalul clasei a-X-a, a trebuit să prezint un proiect care marca sfârșitul unei etape din sistemul IB, cu temă la liberă alegere. Din cauza pasiunii mele pentru limbi străine, m-am întrebat cum ar fi să-mi creez propria limbă, cu alfabet unic, și să văd ce influenţe, ce fel de cultură ar transmite ea.

De ce m-a atras ideea unei lumi imaginare? Dacă este o replică la realitatea pe care o trăim? Poate asta se întreabă toţi cei care mă cunosc. După ce m-am decis ce vreau să fac pentru proiect, m-a atras ideea de a construi o lume imaginară pentru limba mea, mergând într-un fel pe urmele lui J.R.R Tolkien cu cartea sa, „Stăpânul inelelor“, mai exact cu limba pe care le-a creat-o elfilor.

Marea diferenţă este că lumea mea este legată de realitate, în sensul că ar fi putut, teoretic, să existe în antichitate, ea fiind ca o civilizaţie antică pierdută, ca Atlantida.

Dacă m-am gândit cumva și la o Românie mai bună? Poate. Unul dintre lucrurile pe care aș dori să le văd în realitate ar fi o Românie mai unită, pentru că în prezent pare că simţul patriotic al multor români nu mai există și că ambiţia noastră de a ne comporta ca un popor, se destramă. Un alt lucru pe care îl exprim în proiect, dar l-aș transpune în realitate, se leagă mai mult de mediu: **mă îngrijorează poluarea, risipa de resurse și de mâncare**. Tot ce facem acum rănește natura, aspectul orașelor... Se pot face multe lucruri, cum ar fi reciclarea, dar și educarea oamenilor către o mentalitate mai „verde“.

Cum mă văd peste 10 ani? Nu prea știu ce-mi rezervă viitorul, dar un vis de-al meu ar fi să lucrez într-o companie precum Google sau Microsoft.

ALEXANDRA BUTMĂLAI

„Cred în creativitate și puterea echipei“

CINE SUNT EU

Sunt Alexandra, am 19 ani și îmi place să mă implic, să construiesc și să aduc oameni laolaltă. În prezent sunt studentă la The Entrepreneurship Academy în București și fondatoare a „Fabricii de experimente“, un business social care vrea să rezolve problema lipsei de educaţie practice din școli. Pe lângă asta, îmi place să ajut alţi antreprenori cu ideile lor, îmi place să mă caţăr și să mă dau cu rolele prin parc.

CE IUBESC

Iubesc să călătoresc cu sens și să descopăr alte culturi, oameni și tradiţii interesante. Mi se pare esenţial să fii înconjurat de persoane care te influenţează pozitiv, care te învaţă și care te ajută să te cunoști mai bine, să-ţi pui întrebări. Faptul că astăzi fac ceea ce fac și sunt atât de determinată să schimb ceva li se datorează prietenilor mei care m-au inspirat și încurajat constant.

PROIECTUL MEU DE SUFLET

„Fabrica de experimente“ a început cu dorinţa de a ajuta copiii să fie pasionaţi și să înţeleagă mai bine știinţa prin experimente. Mi se pare că totul s-a alinitat, de la oamenii pe care i-am cunoscut, la mentorii pe care i-am avut ori la experienţele și proiectele memorabile pe care le-am creat. Cred că „Fabrica...“ a fost pentru noi toţi un playground, un spaţiu în care dacă veneai cu o idee puteai să o implementezi, un loc în care puteai

să înveţi lucruri noi despre domenii pe care până acum nu le cunoșteai, cea mai apropiată experienţă de viaţă reală. Am început ca ca orice tânăr care are încredere în el, în visurile lui și care vrea să aibă impact prin proiectele lui. În „Fabrica...“ s-au creat antreprenori care acum își încep propriile businessuri, oameni care vor să se întoarcă în România pentru că au văzut că se poate, nu doar au auzit.

AM FACUT DE TOATE...

... show-uri cu 250 de copii în săli de sport, am câștigat concursuri, am făcut o campanie de crowdfunding când metoda aceasta de a strânge bani nu era încă așa de „cool“, am călătorit prin ţară pentru a experimenta, am fost în sate, orfelinate, școli, after schooluri și am cunoscut în acest fel peste 3.000 de copii.

... am creat o trusă de experimente cu ajutorul căreia copiii și părinţii lor pot face 17 experimente știinţifice care au ca material comun apa și pot să petreacă timp de calitate în familie.

... am învăţat atât de multe despre design de produs, supply chain, vânzări, marketing, contabilitate, juridic, parteneriate și project management.

Cred în creativitate și puterea echipei, cred că nu poţi face nimic singur și că nici nu ar trebui. Tot ceea ce am prezentat mai sus este rezultatul echipei „Fabricii de experimente“, peste 20 de tineri din România care vorbesc nenumărate ore pe skype pentru că nu sunt din același oraș, tineri care atunci când se întâlnesc parcă se știu de o viaţă.

Văd business-ul ca pe o metodă de a te descoperi, de a-ţi întări personalitatea și de a învăţa să relaţionezi. Pe lângă toate acestea, lumea din care fac parte te învaţă să fii independent și în același timp interdependent, să crezi în tine și să nu renunţi.

PENTRU A SĂRBĂTORI CEI 5 ANI PE CARE ÎI ÎMPLINEȘTE **FORBES KIDS** ANUL ACESTA, NU SE PUTEA CA PRIMUL PICTORIAL SĂ NU VORBEASCĂ DESPRE VACANȚĂ ȘI CĂLDURA VERII ÎNTR-UN CADRU MAI PUȚIN OBIȘNUIT. AM CĂUTAT COMORI, RECHINI ȘI CANOTIERE, AM GĂSIT MICI PRINȚESE, STRUȚI DE JUCĂRIE, NE-AM APĂRAT INSULELE DIN PERNE, IAR EXPLORATORII CURAJOȘI S-AU RĂCORIT CU TOȚII LA PISCINA URBANĂ. **LA MULȚI ANI, FORBES KIDS!**

SPLASH!

Text și pictorial: Ioana Nicolescu;
Foto: Adi Stoicovici; Asistent foto: Marius Michailov;
Producție: Vlad Opreanu; Asistenți stil: Monica Perțea și Ciprian Ulmeanu

NU AM MOMENTAN decât pisică, deci nu mă pot lăuda cu o experienţă kids la 360 de grade. De aceea, este poate cel mai challenging articol pe care l-am scris până acum. Nu îndrăzneala îmi lipsește, dar trebuie să scriu despre copii, într-o publicaţie despre copii, când tot ce știu este 200% fashion.

Când gândești un proiect de modă, este destul de simplu: pregătești un moodboard și idei care vor deveni firul tău roșu, imaginezi hainele, accesoriile, manechinele și locul potrivit pe care le discuţi cu fotograful.

Ei, aici nu a fost chiar așa.

Primele șase luni ale lui 2017 au însemnat multe «first time» uri pentru mine. Prima colaborare cu **Forbes**, primele materiale fashion pentru o publicaţie obișnuită mai degrabă cu industria luxului și business-ului, prima conferinţă de trenduri și modă pe care am susţinut-o la **Forbes Lady**, primul **Forbes Heroes** la care am participat. Și mai ales, acum primul pictorial de modă special copii pentru că anul acesta **Forbes Kids** împlinește 5 ani.

Mi s-a părut logic să vorbim despre vacanţă, copii și bucuriile simple ale verii. În afară de haine sau ce locaţie ar fi cool, mi-am dorit să fie un moment în care să ne amintim de copilărie și să redevenim cu toţii mici în cel mai bun sens al cuvântului.

Am ales cu echipa copii pe care îi cunoșteam ca să fie firească emoţia unei întâlniri între prieteni, departe de atmosfera unui shooting profesionist, calculat cu manechine.

Mi-am făcut un plan precis. M-am gândit ca fiecare copil să vină cu o haină preferată de vacanţă sau un obiect drag care putea fi orice. Și să vorbim despre poveștile din spatele pieselor alese de ei și motivaţiile lor, explicate necenzurat. Pe hârtie, suna tare bine. Ba chiar excelent.

Și așa a fost până în ziua shootingului, când a ajuns toată lumea la Piscina Urbană, o cameră spaţioasă umplută cu bule mari, albe și moi de plastic care să află într-o frumoasă vilă interbelică din București.

Nu a mai contat cine era copil și cine nu, cine era din echipă și cine a venit cu copilul la pictorial, cu mic, cu mare am sărit în piscină și cu greu am mai ieșit de acolo.

Iar fericirea și entuziasmul celor opt copii când au intrat în marea de bule este greu de descris. Să mai precizez că nu a mai funcţionat niciunul din planurile mele iniţiale ? Distracţia a fost mare și de fapt asta a contat.

Am avut rochii de prinţesă (am uitat că am trecut și eu prin faza asta!), mingi, iepurași și ursuleţi, ţinute de exploratori, pălării de tot felul, o mașinuță roșie gonflabilă și chiar un salvamar ad-hoc care ne-a ajutat la joacă.

Când m-am uitat pe prima selecţie de poze la câteva zile după ședinţa foto, am zâmbit văzând plăcerea evidentă a copiilor care transpare din fiecare cadru, lucru pe care îl veţi simţi și voi.

Un pictorial este întotdeauna un moment de joacă, suspendat în timp ca o paranteză pentru noi, cei din backstage, în care știm că orice se poate întâmpla și este bine că este așa. Azi cred că este important să nu uităm să fim și copii. Măcar din când în când.

Marc: cămașă *COS*, 99 lei; bermudă jeans *Bonpoint*, 432 lei
Maria: top *COS*, 70 lei; pantaloni scurți *Petit Bateau*, 199 lei, canotieră *Bonpoint*, 340 lei; jucărie struț *Bonpoint*, 211 lei

Pagina stânga:
Anne-Kathrin: tricou verde *Bonpoint*, 276 lei; fustă argintie *Bonpoint*, 759 lei, jucărie struţ *Bonpoint*, 211 lei
Ingrid: top alb *Bonpoint*, 463 lei; bermude *Petit Bateau*, 228 lei, cizme cauciuc *Petit Bateau*, 319 lei, jucărie șoricel *Petit Bateau*, 127 lei
Maria: top albastru *Bonpoint*, 363 lei; fustă *Petit Bateau*, 99 lei
Nicolas: tricou *COS*, 69 lei; pantalon *Bonpoint*, 473 lei, șapcă din garderoba personală

Pagina dreapta:
Ingrid: rochie print *Bonpoint*, 552 lei
Nicolas: tricou *Petit Bateau*, 131 lei; pantaloni *Bonpoint* 499 lei

Pagina stânga:
Ingrid: top dantela *Bonpoint*, 463 lei, pantalon *COS*, 99 lei,
canotieră *Bonpoint*, 340 lei
Anne-Kathrin: rochie *Bonpoint*, 1.352 lei

Pagina dreapta:
Anne-Kathrin: rochie *Bonpoint*, garderobă personală
Maria: rochie print *Petit Bateau*, 257 lei
Nicolas: tricou *COS*, 69 lei; pantalon *Bonpoint*, 473 lei,
șapcă din garderoba personală

Pagina stânga:
Nicolas: tricou *COS*, 69 lei; pantalon *Bonpoint*, 473 lei, șapcă din garderoba personală
Marc: tricou cu dungi *COS*, 59 lei; bermude *Bonpoint*, 418 lei

Pagina dreapta:
Maria: rochie print *COS*, 125 lei
Marc: tricou cu papion *Bang Bang* (mrpich.com), 177 lei; bermudă jeans *Bonpoint*, 418 lei
Alex: tricou *Bonpoint*, 331 lei; eșarfă *Bonpoint*, 179 lei; bermudă din garderoba personală; pălărie paie *Bonpoint*, 356 lei

Pagina stânga:
Lilu: rochie *Bonpoint*, 418 lei
Alex: cămașă *Bonpoint*, 395 lei; vestă *Bonpoint*, 547 lei; canotieră *Bonpoint* 312 lei, pantalon din garderoba personală
Mihai: cămașă *COS*, 125 lei, pantalon din garderoba personală; canotieră *Bonpoint* 312 lei
Alex: tricou albastru *Bonpoint*, 410 lei, bermudă și busolă din garderoba personală

Pagina dreapta:
Lilu: top *Bonpoint* 556 lei; fustă *Bonpoint* 614 lei, canotieră *Bonpoint* 312 lei
Marc: pulover marinieră *Bonpoint*, 552 lei, pantalon *Bonpoint*, 463 lei

SECURITATEA EMOŢIONALĂ A COPILULUI ESTE DEPLINĂ DOAR CÂND **PĂRINŢII ÎI ACORDĂ TIMP ŞI ATENŢIE**, IAR RELAŢIA DE ATAŞAMENT (LEGĂTURA EMOŢIONALĂ) ESTE SINGURA CARE-I OFERĂ CONTEXTUL POTRIVIT PENTRU DEZVOLTAREA ARMONIOASĂ. PRIN URMARE **CUM PĂSTRĂM RELAŢIA DE AFECTIVITATE**, LEGĂTURA REALĂ CU COPILUL, LA VÂRSTA ADOLESCENŢEI?

de Roxana Purcărea, psiholog

GREU CU ADOLESCENȚII! DAR CU PĂRINȚII?

Ce este specific în relaţia părinţi – adolescenţi

Menţinerea unei atitudini afectuase, de apropiere și de acceptare faţă de copiii noștri adolescenţi este una din cele mai mari provocări. În jurul preadolescenţei și adolescenţiei, tot mai mulţi părinţi solicită ajutorul psihologului sau al consilierului școlar referitor la relaţia cu fiii sau ficele lor. Copiii sunt din ce în ce mai distanţi, devin nepoliticoși, uneori de-a dreptul ostili. Aproape fiecare discuţie cu părinţii este însoţită de refuzuri, de trântitul ușilor, lacrimi sau crize de furie, de reproșul „tu nu mă înţelegi!”. Avem de-a face în această perioadă cu încercări de separare, emoţii confuze și ambivalente, comportamente sfidătoare.

Ce contează pentru tânărul „revoltat“

Tot ce pare să conteze pentru el sunt prietenii. Unii părinţi pun aceste manifestări pe seama crizei tipic adolescentine sau a hormonilor și așteaptă fie să treacă, fie să afle câteva sfaturi de corectare a comportamentului nepotrivit. Ei ar trebui să afle că nu există soluţii-minune, ci trebuie schimbată abordarea privind relaţia cu adolescentul. Pentru copil, cea mai importantă relaţie este acum cea cu grupul de egali și concurează puternic relaţia cu familia. Mai mult, există riscul chiar să o înlocuiască.

Ce fac părinţii? Ce ar trebui să facă?

Rău e că părinţii încep să dea vina pe anturaj pentru comportamentele negative ale copilului lor. Provocarea supremă și momentele cel mai greu de trecut sunt acelea în care vedem că tinerii se îndreaptă în direcţia greșită, insistă că se simt bine așa, că noi nu-i înţegem, că suntem demodaţi, că singurii care îi înţeleg sunt prietenii. Ce avem de făcut atunci când tot universul copilului pare să se învârtă în jurul prietenilor, în diferite reţele sociale, iar idea că totul este în regulă este doar o aparenţă? Ajunși în acest punct,

principalul lucru pe care îl avem de făcut ca părinţi este să restabilim legătura afectivă cu copii, astfel încât să le stimulăm autonomia sănătaoasă.

Criza de relaţionare cu grupul

Grupul de prieteni este prima experienţă de socializare a adolescentului și îi acoperă nevoia de independenţă. Însă, ca în orice grup, pot apărea neplăceri. Certurile, excluderea, jignirile dintre egali pot lăsa răni adânci sau îl pot ajuta să se definească și să se adapteze. Ceea ce face diferenţa este relaţia de atașament cu părinţii, busolă la care copilul se poate întoarce ori de câte ori se simte în derivă.

Misiune posibilă?

Deși pare greu când conflicutul între generaţii a ajuns la cote exagerate, reconectarea emoţională și refacerea legăturii cu copilul este posibilă în orice moment. Este nevoie de timp, răbdare și acceptare. Adolescenţii au nevoie să înţeleagă ce se întâmplă cu ei, să se definească, să nu le fie teamă să exprime ceea simt. Iar pentru asta nimic nu este mai de folos decât disponibilitatea și înţelepciunea adulţilor.

7 SFATURI

pentru autonomia sănătoasă a adolescentului

- **RENUNŢĂ LA CRITICĂ.** Copilul reacţionează la potopul continuu de critici, excluzându-se subtil din viaţa de familie. Oferă-i sfaturi doar în măsura în care acestea îţi sunt cerute în mod direct. Altfel, doar ascultă. Deseori, în timp ce povestesc, copiii găsesc singuri noi metode de a face faţă diferitelor situaţii de viaţă.
- **EMOŢIILE TREBUIE EXPRIMATE.** Nu există emoţii bune sau rele, ci, mai degrabă, plăcute sau neplăcute. Emoţiile oglindesc starea sufletească a copilului și aduc o informaţie preţioasă părinţilor despre universul lui, despre viaţa lui afectivă. Emoţiile ajută copiii să descopere lumea, să se descopere pe ei înșiși, să relaţioneze și să se adapteze.
- **LIMITELE SUNT ESENȚIALE, INDIFERENT DE VÂRSTĂ.** Dacă la vârste mici este necesar să impunem mai multe limite și să fim prezenţi mai mult în preajma copilului, la vârste mai mari, limitele se adaptează și se renegociază, dar nu dispar. Absenţa acestora duce la ignorarea nevoii de a fi îndrumat, sfătuit, ascultat.
- **ACCEPTAREA NU ÎNSEAMNĂ PERMISIVITATE.** Să fii de acord cu tot ceea ce face copilul, nu înseamnă permisivitate. A accepta înseamnă doar a-i transmite copilului că este firesc să greșească uneori, că părinţii îi sunt alături, că îi sunt sprijin la nevoie.
- **TRANSFORMĂ RELAŢIA CU COPILUL ÎN PRIORITATE.** Fiecare copil are momente în care este mai dispus să împărtășească anumite lucruri din viaţa lui. Important este să-i fii aproape, să-l asculţi.
- **ÎNCURAJEAZĂ-I INTIMITATEA ȘI AUTONOMIA.** Copilul are nevoie de timp și spaţiu personal. Bateţi la ușă înainte să intraţi în camera lui și nu-i controlaţi decât la nevoie mesajele personale. Toate aceste acţiuni intruzive și de control pot duce la pierderea încrederii adolescentului în părinte, la revoltă și alte lucruri nedorite.
- **EVOLUAŢI ÎMPREUNĂ.** Așa cum copilul învaţă zilnic de la noi, și noi învăţăm zilnic de la el. Învăţăm să ne adaptăm, să reflectăm asupra noastră și a propriilor trăiri în legătură cu diverse situaţii. Relaţiile de apropiere cu părinţii și de prietenie cu gașca (ambele relaţii de atașament sunt la fel de importane) nu trebuie să se excludă una pe alta. Ele se pot împleti armonios și pot conlucra.

INTERNETUL PRO SAU CONTRA?

SPAŢIUL VIRTUAL A DEVENIT UN TEREN DE EVADARE ŞI PENTRU COPII. CÂT DE PERICULOS ESTE? ORICÂT DE DIVERGENTE AR FI RĂSPUNSURILE LA ACEASTĂ ÎNTREBARE, UN LUCRU E SIGUR: NU POATE FI EXCLUS DIN VIAŢA CELOR MICI, CI TREBUIE UTILIZAT DUPĂ ANUMITE REGULI. DAR IATĂ CELE MAI FRECVENTE ÎNGRIJORĂRI ALE PĂRINŢILOR ŞI SOLUŢIILE CARE ÎI POT AJUTA. **de Florentina Mihai**

Îi dau acces la Internet?

Accesul la Internet poate să înceapă în jurul vârstei de 10 ani, pentru că de aici încolo, copiii pot înţelege atât lucrurile specifice, cât și pericolele legate de spaţiul virtual. La această vârstă li se poate explica faptul că este normal să vrei să cunoști oameni noi, dar comunicarea cu ei poate crea nevoia firească de a-i cunoaște și în realitate, nu numai în reţelele de socializare. Ori acest lucru devine periculos, dacă cei mici nu se sfătuiesc cu părinţii, care pot lua toate precauţiile necesare în astfel de cazuri. Interdicţia categorică de a folosi reţelele de comunicare poate fi și ea extrem de periculoasă, pentru că devine un fruct oprit, mult mai interesant decât este poate în realitate. Accesul la Internet nu trebuie împiedicat de părinţi, ci trebuie controlat, apelând la specialiștii care îi pot sfătui cum să o facă. Ideea pe care părinţii ar trebui să și-o însușească foarte bine este aceea că nu pot evita riscurile Internetului, ci îi pot învăţa pe copii cum să le prevină sau să le facă faţă, cu maximum de precauţii.

Ce găsesc copiii pe net? Ce-i atrage?

Copiii găsesc pe net lucrurile pe care le găsesc și în viaţa reală, cu diferenţa că în spaţiul virtual totul devine mult mai intens. Mai întâi, posibilitatea de a se juca „de-a ascunselea“: este ușor să-ţi iei un pseudonim, să te dai mai vârstnic sau mai tânăr decât ești în realitate. Acest lucru este luat ca un joc în care adolescenţii și preadolescenţii, mai ales, exersează diverse ipostaze de viaţă. Și mai găsesc în reţelele online de comunicare multă atenţie din partea interlocutorilor, o atenţie de care, poate, nu se bucură în asemenea măsură, în familie. Și găsesc oricând persoane cu care să se joace, să vorbească, să împărtășească... Ceea ce ar trebui să știe foarte bine copiii este că Internetul permite, totodată, să păstrezi o distanţă relaţională faţă de toţi necunoscuţii cu care vorbești. În viaţa reală, relaţiile sociale implică o anume angajare, dar pe net ai libertatea de a te distanţa oricând. Cu un simplu click, poţi să închizi canalul de comunicare, fără să te justifici și fără să mai fi deranjat. Un lucru deosebit este acela că în spaţiul virtual copiii își pot povesti viaţa, o nevoie normală, care le permite să își valorizeze propria existenţă. Acesta este poate lucrul care atrage cele mai mari riscuri pentru o fac într-o manieră mult mai intensă și în orice moment.

Internetul, o formă de izolare?

Ai fi tentat, ca părinte să răspunzi imediat cu un da plin de convingere. E greu de răspuns la această întrebare. Pentru părinţi, un copil în faţa calculatorului este un copil singur. Și totuși, nu e singur, el comunică. Este în situaţia unui om care vorbește la telefon: nu e singur, ci comunică la distanţă. Această comunicare la distanţă devine din ce în ce mai frecventă, mai dominatoare, în epoca noastră. Este totuși foarte adevărat că un tânăr se poate izola pe Internet, dar într-un fel cu totul special: el închide fereastra realităţii înconjurătoare și deschide prin ecranul calculatorului, o altă fereastră, spre imaginar, dar și către persoane reale cu care interacţionează imediat și fără limitare geografică. Spaţiul virtual e o lume care duce fie către imaginar,

fie către un anume tip de realitate. Aici intervine rolul părinţilor care trebuie să-și însoţească copiii spre zonele sigure ale „realităţii“ virtuale.

Vorbind despre pericolele Internetului, ne referim în primul rând la violenţă și sexualitate. Este această teamă justificată?
Da. Este justificată. Este nevoie să veghem asupra acestor lucruri, dar trebuie să reţinem că violenţa și sexualitatea nu sunt mai rele pe internet, decât în viaţa reală. Și nici accesul nu e mai facil, decât aparent. Dar să facem o paranteză necesară referitoare la violenţă: ea este prezentă oriunde, pe stradă, la televizor, în școli, în parcuri... Este important ce-i spunem copilului despre toate acestea, cât de mult comunicăm cu el pe temele considerate încă de mulţi părinţi „incomode“, cât de deschiși suntem.

Cum să reacţionez dacă copilul meu dă de o imagine șocantă?
Unui copil de 9-10 ani, poţi să-i explici că și tu, ca adult, dai peste tot felul de lucruri șocante. Deși o asemenea situaţie i se poate întâmpla oricui, atunci când cei mici trebuie să ceară explicaţiile de care au nevoie familiei.

Putem vorbi despre dependenţă de Internet și la copii?
Da, Internetul le poate crea dependenţă. De altfel, specialiști de renume în psihologie, medicină, educaţie au atras atenţia de nenumărate ori asupra acestui lucru, prin studii din ce în ce mai detaliate și pe arii din ce în ce mai extinse. Concluzia este una singură : Internetul trebuie utilizat cu măsură, pentru că altfel devine extrem de periculos să lași copiii să exploreze spaţiul virtual cu ajutorul acestei uriașe mașinării. Oricine explorează un spaţiu, fie real, fie virtual, are nevoie de un ghid atent și apoi de educaţie, de principii, de valori morale pe care să le aplice la tot pasul.

Când trebuie să se îngrijoreze părinţii? Ce semne spun că lucrurile au scăpat de sub control?
În primul rând, nu trebuie să aștepţi să împlinească 15 ani copilul tău și să petreacă opt ore în faţa calculatorului, ca să te îngrijorezi. De mic trebuie să aibă un program fix de utilizare a calculatorului. La 4-5 ani, nu se pune problema să petreacă mai mult de 20-30 de minute în spaţiul virtual și nu pentru jocuri. Iar la 7-8 ani, o oră este suficientă. Timpul afectat jocurilor video trebuie încadrat în ora stabilită pentru utilizarea calculatorului, nu este un bonus. Și atenţie! Regulile și timpul pentru ecran se stabilesc de la prima utilizare a calculatorului, nu dmai târziu, pentru că este foarte greu să smulgi din mâna copilului jucăria preferată, după ce tu i-ai dat-o și l-ai lăsat să se joace cu ea cât a vrut. Problema este că cei mai mulţi părinţi stau și ei timp nelimitat cu ochii în ecranul telefonului și modelul lor este cel mai simplu de urmat.

DR. ANA MARIA IULIAN

„Atenție părinți! Surplusul de kilograme vine și din carențe afective!“

TABERELE DE NUTRIŢIE ȘI DE DEZVOLTARE PERSONALĂ AU APĂRUT DE CÂŢIVA ANI DIN NEVOIA DE A TRATA ÎN CADRUL UNUI CONCEPT NOU O BOALĂ FRUSTRANTĂ PENTRU MICII PACIENŢI ȘI DIFICIL DE ÎNVINS: OBEZITATEA. **DR. ANA MARIA IULIAN**, MEDIC PRIMAR NUTRIŢIONIST, PSIHOLOG CLINICIAN ȘI PSIHOTERAPEUT ÎN TRATAMENTUL OBEZITĂŢII INFANTILE, EXPLICĂ CE BENEFICII ADUC ACESTE TABERE.

de Viorica Rusu

Care este cea mai mare dificultate pe care o întâmpini ca medic nutriţionist?
De la început, aș vrea să subliniez faptul că obezitatea infantilă are un pronunţat caracter acut. La copii, celulele adipoase se pot înmulţi în anumite perioade, condamnându-i astfel la o luptă perpetuă cu kilogramele în plus. Este trist să vezi și acum o abordare foarte greșită a obezităţii, legată doar de numărul de kilocaloriii zilnice sau de medicamente, „diete de succes “, asocieri alimentare în care accentul cade doar pe scăderea ponderală cu orice preţ, în loc să ne concentrăm pe dobândirea unui stil de viaţa sănătos, pe corectarea comportamentului alimentar, cultivarea emoţiilor pozitive. Ca să nu mai vorbim despre atitudinea „promișcare “ și menţinerea unui număr adecvat de kilograme și după primul an de la încetarea terapiei. Să nu înţelegi fiziopatologia obezităţii, să te concentrezi doar pe slăbit, fără să fii conștient de substratul emoţional al „kilodramei “ copilului, este nepermis. Dar asta vedem zilnic la Centrul de Excelenţă în Profilaxia și Tratamentul Obezităţii (C.E.P.T.O.) din București: fiecare al doilea sau al treilea copil consultat a mai fost, cel puţin o dată diagnosticat, internat, tratat, a mai ţinut o „dietă “ care nu a funcţionat pe termen lung.

Unde greșesc părinţii copiilor cu probleme de greutate?
În primul rând, consideră că dulciurile pe care le mănâncă copiii lor sunt puţine. Aud asta constant: „Copiii mei nu mănâncă dulciuri deloc! “. Verificând apoi jurnalul alimentar, ce constatăm? Că de fapt, cei mici primesc de mai multe ori pe zi glucide rafinate sub forma cerealelor sau cornului, băuturilor carbogazoase, biscuiţilor, covrigeilor, snacks-urilor. Când? În pauzele de la școală, la prânz, după ore, oricând.
O altă greșeală frecventă vine din faptul că părintele nu este conștient cât de mult se reflectă comportamentul lui și al întregii familii în obiceiurile copilului. Unii părinţi chiar mărturisesc cu nonșalanţă că ei nu se pot abţine să nu mănânce anumite produse total neindicare copiilor și care îngrașă. Explicaţia pentru pentru kilogramele în plus ale micuţilor este „puiul cu hormoni “ de la supermarket sau lipsa de mișcare, nicidecum numărul exagerat de mare de kcalorii zilnice.

Să deduc faptul că așa au apărut taberele de nutriţie, din toate aceste lucruri pe care le constataţi zilnic și care par a fi fără soluţie?

Da. Dar mai bine să vorbim concret, despre tabere. Vara aceasta le ţinem la Comarnic, un loc frumos și liniștit, cu oameni minunaţi și mâncare bio. Programul poate fi urmărit pe site-ul www.frumossisanatos.ro și pe Facebook.

Copii din toată ţara vin în această „școală de vară " pentru a învăţa prin joc, ce înseamnă comportamentul alimentar corect și să dobândească motivaţia și gândirea pozitivă, luând parte la workshop-urile de nutriţie și la cele de gătit, la orele de dezvoltare personală, de consiliere psihologică și de psihometrie, în care trainerii lucrează cu cei mici pe relaţia cu ei înșiși, cu familia și anturajul, pe imaginea de sine și pe întreg conceptul de stimă de sine.

Acest „microcosmos " construit pentru confortul psihic, fizic și emoţional al copiilor, oferă zilnic ore de kinetoterapie și recuperare medicală.

Micuţii participanţi mai beneficiază de ore de jurnalism, comunicare, teatru-forum, photo-voice, iar serile sunt pline de competiţii cu tematici diverse, cum ar fi: „talentul meu ascuns? ", „cine sunt eu?", ateliere de meloterapie și art-terapie, de pictură, desen, origami.

Ce ar fi de făcut într-o familie cu probleme legate de greutate?

Preocuparea părinţilor ar trebui să se îndrepte asupra lucrurilor pe care le pot schimba IMEDIAT în homeostazia familiei lor, nu doar pe calitatea cărnii, a laptelui, brânzeturilor sau a legumelor din pachetul pentru școală. O societate educată, alcătuită din mame puternice, inimoase, curajoase ar putea schimba în timp calitatea alimentelor oferite la raft consumatorului român, dar genul acesta de atitudine cere timp, pe care uneori copiii cu probleme de greutate nu-l mai au. Calitatea alimentelor cumpărate o putem controla într-o oarecare măsură, învăţând să citim etichetele produselor, privind hrana ca pe o investiţie în starea de sănătate a familiei, dar și ca pe o modalitate de a educa producătorul prin exigenţa alegerilor noastre.

Un sfat de final?

Cred foarte mult în căldura, afecţiunea și timpul pe care părinţii le dăruiesc copiilor. În îmbrăţișarea de seară, în încurajări și lauda meritată, în cele cinci minute în care îţi întrebi copilul cum se simte azi, ce a făcut la școală... Părinţii trebuie să înţeleagă că surplusul de kilograme poate însemna o carenţă afectivă sau o schemă cognitivă care-l devalorizează constant pe copil și-I menţine în liga „rateurilor" repetate. Toate acestea nu fac altceva decât să-i întărească complexele. Orice părinte trebuie să conștientizeze că modificarea comportamentului alimentar atrage energie, bună dispoziţie și putere de concentrare, optimizarea altor comportamente benefice. Așa că, dragi părinţi, jucaţi-vă cu copilul, râdeţi din toata inima, fiţi dispuși să învăţaţi la el și alături de el.

BETTY BLUE ...cu fructe din pădurile Bucovinei
BETTY BLUE
BETTY ICE

Forbes România Kids

Drumul spre succes

PERFORMANŢA ÎN SPORT ESTE VISUL MULTOR COPII. DAR DRUMUL SPRE SUCCES ESTE PAVAT CU MULTĂ MUNCĂ ȘI EMOŢII DE TOT FELUL. ȘI, CHIAR DE UN MODEL DE VIAŢĂ CARE SĂ TE AJUTE SĂ ÎNŢELEGI DIFICULTĂŢILE. DESPRE TOATE ACESTEA, NE VORBEȘTE **ANA MARIA ALEXANDRU**. COACH, TRAINER ȘI MENTOR.

Cu câţiva ani în urmă am întâlnit o persoană remarcabilă: Luminiţa Pop, antrenor de înot la Liceul cu Program Sportiv din Baia-Mare. În câteva zile urmau Campionatele Naţionale de înot-juniori, iar copiii ei păreau resemnaţi în faţa contra-candidaţilor, aparent cu mai multe șanse de reușită. În acel moment de cumpănă, s-a întâmplat să afle că sunt coach și că pot să o ajut. Misiunea mea era să-i fac pe copiii ei să-și crească încrederea în sine și să-și schimbe atitudinea faţă de competiţie. În 3 zile!

AȘA A ÎNCEPUT...

Am făcut cunoștinţă în parc și am jucat câteva jocuri specifice coaching-ului de echipă. De fapt, căutam spaţiul de siguranţă, care să aducă deschidere și comunicare autentică. Așa am aflat cu ce provocări se confruntă un adolescent care face performanţă în sport. Respectarea programului de antrenament,

lupta cu limitele fizice, dorința de autodepășire, exigențele școlii... Standardele sunt copleșitoare: fii elev studios! Fii sportiv medaliat!! Fii un exemplu!

CE ÎNSEAMNĂ SĂ IUBEȘTI SPORTUL

Pasiunea pentru sport, dorința de performanță vin la pachet cu ceea ce tinerii percep ca un sacrificiu: vacanțe petrecute în sala de antrenament, lipsa timpului liber, renunțarea la distracții. Toate acestea, pentru că nu pot irosi nici un gram de odihnă, de concentrare, de atenție. Sportivii de performanță au tot 24 de ore într-o zi... dar le trăiesc la milisecundă. Acea milisecundă care în competiție te duce pe podium.

LUPTA CU LIMITELE

Nu voi povesti aici tot ce s-a întâmplat în laboratorul de coaching, ci doar acea parte care să-i facă pe părinți să înțeleagă dilemele, emoțiile, tristețile unui copil care iubește și aspiră la performanță, nu numai în sport. Pe unii i-ar ajuta să-și încurajeze copiii, pe alții să-i evalueze corect, iar pe alții să fie de acord cu alegerile adolescentului lor. De aceea, merg mai departe cu povestea mea... Pe parcursul relației noastre de coaching au ieșit la iveală câteva efecte negative ale trăirii la limită, specifice sportivilor de performanță: consumul psihic și emoțional care duce la anxietate, îndoiala de sine și etichetarea celorlalți, autodezamăgirea și vinovăția, starea de nemulțumire permanentă, toate acestea generând un stress toxic care poate duce la renunțare. Și iată sfaturile mele...

COPIII AU NEVOIE DE APRECIERE ȘI IUBIRE

Din conversațiile cu campionii pe care i-am antrenat, aleg să vă împărtășesc câteva dintre lucrurile pe care cred că un părinte le poate face pentru copiii aspiranți la performanță.

COMUNICAREA FACE MINUNI

Dacă rezultatele nu sunt cele dorite, recomand părinților să-și conștientizeze rolul de susținător necondiționat. Abia apoi să discute. Eu am început cu „Bravo!", indiferent de rezultat. Chiar și când înotătorii mei erau supărați sau se temeau de critica celorlalți. Lor nu le-a venit să creadă: „Dar nu am luat primul loc!". „Așa este, dar, în primul rând, ai concurat!" Apoi i-am întrebat cum se simt. Ce au făcut bine și ce nu. Cum vor face data viitoare? Cu ce pot să-i ajut? Aceste întrebări simple sunt la îndemâna fiecăruia, doar trebuie să fii calm, detașat de rezultat și concentrat pe nevoile copilului.

APRECIEREA ALIMENTEAZĂ ÎNCREDEREA

Uimitoarea Yvette Jackson, autoare a manualului „Pedagogia încrederii în sine" ne demonstrază, referindu-se în primul rând la performanțele intelectuale, că până și copiii catalogați ca mai puțin dăruiți sunt capabili de performanță în urma abordării pozitive. Aceleași principii se aplică și copiilor sportivi. Fiți alături de ei, amintiți-le că nu este nicio diferență între ei și ceilalți, că energia lor, amplificată de încredere dă aripi. Ștergeți-le lacrimile când nu au ajuns la performanța dorită în orice domeniu, nu numai în sport.

ALEGERILE SE BAZEAZĂ PE ACCEPTAREA REALITĂȚII

Uneori, copiii care practică performanța nu-și aleg drumul singuri sau nu și-l mai asumă pentru că simt că nu mai pot și nu mai doresc să-l parcurgă. Dar așteptările părinților sunt ca ei să continue, motivate de investițiile de timp, energie și bani, recuperabile doar prin trofee, glorie și o cariera de succes. Sau, pur și simplu, de satisfacția că au un copil excepțional. Ce recomand părinților pentru succesul copiilor lor? Încurajați-i să-și analizeze cu sinceritate angajamentul pentru performanță. Acceptați-le temerile, nesiguranțele ca fiind naturale, și sprijiniți-i să treacă peste ele, eventual cu sprijinul unui specialist. Ajutați-i să ajungă la un echilibru între sport, educație și viața personală. Încurajați-i să se aprecieze pentru eforturile făcute, nu doar pentru rezultate. Astfel, le va fi mai ușor să aleagă ceea ce îi face să fie fericiți în viață.

COPIII AU NEVOIE DE APRECIERE ȘI ÎNCURAJARE

Ca să sumarizez apelul meu pentru părinții care așteaptă performanță de la copiii lor, le spun așa: amintiți-vă că orice s-ar întâmpla, campionii aceștia medaliați sunt în primul rând copii, însetați de iubire, grijă, ascultare, acceptare și mai ales de apreciere. Aveți cel mai important rol în dezvoltarea lor armonioasă. Trebuie să știți că și voi sunteți iubiți și apreciați în aceeași măsură.

Ana Maria alături de unul dintre campioni

Arta eleganței se învață din copilărie

PE MĂSURĂ CE UMANITATEA A EVOLUAT, **BUNELE MANIERE** AU APĂRUT CA RĂSPUNS FIRESC LA PROVOCĂRILE PE CARE LE RIDICA TRAIUL LA COMUN. OAMENII, TRĂIND ÎN COLECTIVITATE, AVEAU NEVOIE DE REGULI, PE CARE TOŢI SĂ LE RESPECTE ȘI CARE SĂ-I ÎNVEŢE CUM SĂ SE POARTE ÎN ORICE SITUAŢIE.

de Sandra Gătejeanu Gheorghe

ÉCOLAGE
școala de bune maniere

De-a lungul timpului, bunele maniere, întâlnite iniţial doar la curţile regale, au ajuns să fie norme acceptate în unanimitate, iar acest cod de conduită se remodelează odată cu dinamica socială, adaptându-se la dimensiunile economice, politice și culturale ale societăţii. Asta înseamnă că nu mai aplicăm azi aceleași reguli ca cele pe care le aplicau bunicii noștri, deși esenţa bunelor maniere a rămas aceeași: a fi respectuos și manierat înseamnă a te respecta și a-i respecta pe cei din jurul tău, în mod autentic.

UN COPIL DESCOPERĂ LUMEA PRIN OCHII OAMENILOR DIN JUR

Bazele unei societăţi educate și civilizate se sedimentează în copilărie. Este mult mai simplu să înveţi corect de la început decât să te gândești că poţi corecta pe parcurs. Câteodată ai acest noroc și, într-adevăr, poţi corecta pe parcurs. De cele mai multe ori însă, educaţia primită în copilărie rămâne cu noi pe tot parcursul vieţii. Bunele maniere sunt aceleași și în societate și în familie.

> POLITEŢEA ESTE UN SEMN AL DEMNITĂŢII, NU AL SERVILISMULUI.
>
> **Theodore Roosevelt**

Modalitatea cea mai simplă și cea mai bună pentru a-i învăţa pe copii cum să vorbească și să se comporte este chiar exemplul părinţilor, pentru că un copil educat și manierat este și oglinda părintelui.

BUNELE MANIERE, CA LIMBAJ UNIVERSAL

„Mulţumesc“ și „te rog“ sunt cuvinte care nu ar trebui să lipsească din vocabularul nimănui și depășesc graniţele recunoștinţei sau ale aprecierii. Aceste cuvinte, pur și simplu, îmbracă persoana care le folosește cu nobleţe și îi reflectă caracterul. Efectul acestor cuvinte? Oamenii devin mult mai receptivi la nevoile noastre și mult mai dornici să ne ofere ajutorul și să ne respecte. Și, fără nicio îndoială, folosirea acestor formule, cu toată lumea, în orice împrejurare, ne ajută să ieșim în evidenţă în mod pozitiv, să ne detașăm de mulţimea de oameni ocupaţi și preocupaţi de angajamentele zilnice. Mai mult, dacă accesorizăm această atitudine cu un zâmbet, dincolo de beneficiul de imagine, dăruim celui de lângă noi o reală stare de bine.

Investiţia pe care o reprezintă bunele maniere în copilărie se vede chiar din primul moment în care copilul interacţionează cu cei din jur: de la colegii lui de grădiniţă, până la educatori, oamenii de pe stradă și vecinii din bloc.

Dar, pe lângă politeţea de zi cu zi, bunele maniere deprinse din copilărie sau din adolescenţă, îl pregătesc pe viitorul adult pentru situaţii inevitabile în viaţa oricui, cum sunt evenimentele fericite, căsătoria sau aniversările, sau cele mai puţin fericite, ca pierderea cuiva drag. Un copil manierat va deveni un adult capabil să-și adapteze comportamentul în mod pozitiv indiferent de provocare. Cu siguranţă, un copil care a deprins bunele maniere încă din copilărie, va fi un adolescent care va ști cum să se comporte la o festivitate școlară de premiere sau la un prim interviu de angajare, devenind în mod natural un adult cu un comportament adecvat în mediul profesional.

UN SIMPLU GEST ARE PUTEREA DE A SCHIMBA TOTUL

Este important ca atât părinţii, cât și copiii să înţeleagă că eticheta nu reprezintă doar un ambalaj care ne face mai plăcuţi celor din jurul nostru, ci, este parte din cine suntem, este acolo și atunci când nu interacţionăm cu ceilalţi, când suntem singuri, departe de privirile celor din jur.

Niciunul dintre noi nu se naște cu eticheta în sânge. Acesta este un mit demontat de proba timpului. Nobleţea nu se moștenește, ci se modelează și se cizelează. Așadar nu trebuie să ne simţim inferiori sau să ne rușinăm când greșim.

Este însă important să fim deschiși, să învăţăm continuu, ca adulţi, și să fim prezenţi și atenţi la ceea ce transmitem copiilor noștri. Bunele maniere, odată asimilate, ne însoţesc din copilărie în viaţa de adolescent și mai apoi în cea de adult, deschizând noi orizonturi și oportunităţi, oferindu-ne capacitatea de a reinventa zi de zi noţiunea de etichetă cu ajutorul unor instrumente universal valabile.

Bazele acestor noţiuni se pot deprinde, într-o variantă adaptată vârstei, încă de la grădiniţă, urmând ca ele să fie aprofundate de copil pe măsură ce crește.

Din acest motiv, programa **Écolage** este gândită pentru următoarele grupe de vârstă: 4-7 ani, 7-14 ani și 14-18 ani, în așa fel încât, fiecare noţiune să fie însușită la vârsta optimă și în maniera potrivită.

Dincolo de partea de metodologie specializată și rezultate vizibile, echipa **Écolage** merge mai departe de noţiunea de convenţie, militând pentru o schimbare de paradigmă în educaţie - pentru schimbarea percepţiei că bunele maniere reprezintă o formă de constrângere prin disciplină, deoarece un om manierat este un om cu adevărat liber, care își atinge potenţialul în toate dimensiunile vieţii și poate comunica elegant și clar în orice „limbă“ sau mediu.

În vacanță cu copilul... Dar unde?

Nici n-a venit bine pe lume juniorul nostru, că am și pornit cu toţii pe drumuri... întâi mai aproape de casă și, pe măsură ce prindeam mai mult curaj, tot mai departe. Și cum sezonul vacanţelor a început deja, iar părinţii încep căutările celor mai potrivite destinaţii, iată câteva sugestii pentru plecările în familie, verificate și testate pe propria piele. Dacă vă doriţi o vacanţă cu cei mici, dincolo de graniţe, avem câteva propuneri interesante.

O ZI ÎN SATUL DE VACANŢĂ A LUI POPEYE MARINARUL

Prima dată când am prins curaj să ieșim cu piticul, la nici trei luni ale lui, am ales Malta. Aflasem noi că e o insulă frumoasă, nu prea departe de ţară și cu zbor direct din București. S-a dovedit o alegere perfectă pentru vacanţele cu cei mici. Nu doar pentru plajele cu nisip fin, marea liniștită, piscinele naturale, peisajele spectaculoase și orașele medievale, ci mai ales pentru că, într-un sătuc din nordul insulei, copii de orice vârstă nu au timp să se plictisească. Satul lui Popeye - locul unde a fost filmat muzicalul Popeye, în anii '80, este acum parc de distracţii și muzeu în aer liber. Spectacole cu păpuși, mini-teren de golf, întâlniri cu personajele din Popeye, locuri de joacă pentru copii, acces pe acoperișul celei mai înalte case din sat sau plimbare cu bărcuţa în jurul golfului, toate sunt posibile pe lângă cele câteva căsuţe vesele și colorate ce răsună de râsetele copiilor încântaţi.

TREASURE HUNT ÎN CETATEA BASTILIEI DIN GRENOBLE

Pentru cei împătimiţi de aventurile montane, recomandăm un loc superb, dar puţin mai greu accesibil pentru copiii cu vârste foarte mici: vârful Aiguille du Midi, în apropiere de Grenoble. Cei mai mici au, însă, și ei vârful lor de cucerit: cetatea Bastiliei, unde se poate ajunge pe jos, cu mașina sau cu telegondola. Sus se organizează sesiuni de Chasse au Trésor (Căutare de comori), curiozităţi istorice, plimbări prin Cavele Mandarin sau vizite la muzeul Acrobastille. Nici vederea spre orașul Grenoble nu e deloc de neglijat.

LECŢIA DE ECOLOGIE DIN HONG KONG

La aproape șase luni ale lui Albert, am ajuns în Hong Kong. Nu ni s-a părut chiar cel mai primitor oraș pentru copii, dar are un loc unde sigur aș recomanda oricărui părinte să meargă cu cei mici: rezervaţia naturală Wetland Park, simbol al turismului verde și al ecologiei. Parcul întruchipează o călătorie peste lumea acvatică, pe poduri de lemn ce se întind deasupra a

SUNT O MAMĂ CĂREIA ÎI PLACE SĂ CĂLĂTOREASCĂ ÎMPREUNĂ CU COPILUL. CÂND AM DESCOPERIT CĂ ȘI SOȚUL MEU E MOLIPSIT DE ACELAȘI „MICROB", PARCĂ PASIUNEA A DEVENIT ȘI MAI MARE. AȘA **AM LUAT LA COLINDAT LUMEA ÎNTREAGĂ**, ÎNTÂI ÎN DOI ȘI, DE UN AN, ÎN TREI.

de Ramona Dănăilă

60 hectare de lacuri, printre specii de pești, fluturi, păsări și animale acvatice. Casă a păsărilor migratoare pe timp de iarnă, rezervaţia adună în prezent 238 de specii, iar cea mai exotică atracţie este Pui Pui, un crocodil „localnic".

O ZI LA ZOO, ÎN BERLIN

O destinaţie pentru copiii de toate vârstele este Grădina Zoologică din Berlin. Marea varietate de animale, de la ursul polar sau girafe la pinguini și morse, condiţiile lor de trai apropiate de cele naturale, i-au adus statutul de cel mai mare zoo din Europa și de participant la conservarea unor specii de animale pe cale de dispariţie. În plus, copiii au posibilitatea să mângâie căprițele sau poneii care se plimbă neîngrădiţi, să hrănească rinocerii cu fructe oferite de îngrijitori sau să asiste la spectacolul mesei de prânz a leilor de mare. Rezervaţi-vă aici o zi întreagă, dacă vreţi să participaţi la activităţile pe care grădina le pune la dispoziţie.

PARC DE DISTRACŢII... LA ÎNĂLŢIME, ÎN BARCELONA

Barcelona e locul în care nici cei mari, nici cei mici nu se pot plictisi. Odată ajunși aici, ne-am dorit neapărat să urcăm cu Albert în vârful colinei Tibidabo, cunoscut și ca Muntele Magic. Nu doar pentru cea mai bună vedere spre oraș și mare, ci și pentru că, la baza impozantei catedrale din vârf se găsește unul din cel mai vechi parcuri de distracţie din lume. Copiii nu vor ști ce să aleagă întâi, de la carusele, trambuline, trenuleţe, mașinuţe, roller coaster tematic, montagne russe sau roata Giradabo, până la un „zbor" cu Avió, primul simulator de zbor din istorie. Toate atracţiile sunt dispuse pe șase nivele, oferind o vedere impresionantă spre cartierele Barcelonei. Nici iubitorii de teatru de stradă sau cinema 4D nu sunt neglijaţi, iar cei mai pofticioși au de ales dintr-o listă variată de restaurante și zone de picnic. Este, însă, important de știut că fiecare atracţie din parc impune o limită minimă de înălţime pentru acces, așa că noi l-am măsurat pe juniorul nostru, înainte de a ne aventura în mijlocul distracţiei.

Acestea sunt locurile pe care noi vi le propunem pentru călătoriile din această vară, dar vă invităm să ne urmăriţi pe **www.parinticalatori.ro** unde adăugăm noi sugestii și detalii din călătoriile noastre. Între timp, vă dorim o vară plină de experienţe pe cât de interesante, pe atât de plăcute, fără evenimente nedorite și copii fericiţi și dornici de descoperiri! Pentru că piticoţii din viaţa noastră nu ne complică excursiile, ci le fac mai frumoase!

OLIVIA PETRE

„Vacanțele children inclusive“

Nu e un secret pentru nimeni, există vacanţe și există vacanţe cu copiii. Primele sunt acelea în care trăiești la maxim fiecare zi, iar celelalte sunt cele în care te străduiești la maximum să supravieţuiești fiecărei zile.

În prima variantă, poţi să duci leneveala la soare la rang de virtute. În varianta a doua, prioritățile s-ar putea să devină nurofenul de rezervă, biscuiţii fără lapte și plușurile preferate pentru somn. Da, acel somn care începe de la 9:30, ora la care altădată abia vă pregăteaţi să descoperiţi viaţa de noapte a orașului... Dar după ce lași la o parte tot ce nu poţi să faci într-o vacanţă cu copiii și dai un necesar update conceptului în sine, poţi începe să explorezi partea plină a programului happy family. Iar dacă simţi că organizarea te copleșește, amintește-ţi cum gem aeroporturile de americani posesori de doi-trei copii care dorm pe ei, prin aeroport. Adică fix pe acolo unde alte naţii văd ameninţarea a milioane de microbi. Deci, cu spirit de aventură înainte, o să fie bine. Dar de unde începi planificarea unei vacanţe cu copiii? De la vârsta junioarei/juniorului, te sfătuim noi.

BEBELUȘII. Rutina de care vrei să fugi tu e minunată pentru ei, așa că nu sunt indicate diferenţele mari de fus orar. Mai degrabă locaţiile ușor accesibile, care au cabinete medicale și care oferă posibilitatea respectării cât de cât a orarului și obiceiurilor alimentare. Medicii recomandă curele heliomarine însă multe voci susţin că micuţii care iubesc port bebe-urile pot fi o companie bună și pentru a vizita muzeele marilor capitale. P.S: Un plan mai greu de realizat în următorul deceniu...

COPIII ÎNTRE 1-3 ANI. Se spune că singurul lucru mai greu decât a călători cu un „toddler” e să stai cu el acasă. Așa că te poţi orienta către locaţii unde cei mici au suficient spaţiu de alergat. Resorturile all inclusive pot fi o variantă bună pentru toată lumea, la fel și excursiile la munte unde telecabina sau trenul îi pot încânta mai mult decât orice altceva.

PREȘCOLARII. De regulă ceva mai liniștiţi decât cei de dinainte și ceva mai ascultători decât cei de după, preșcolarii sunt mari amatori de parcuri tematice, animale și dulciuri. Pe care le puteţi combina în diverse formule, în funcţie de preferinţe și buget. P.S: E vârsta eroilor din desene animate și poate fi o idee bună călătoria cu alţi copii de vârstă apropiată. Singura condiţie e să le convingeţi și părinţii să vină.

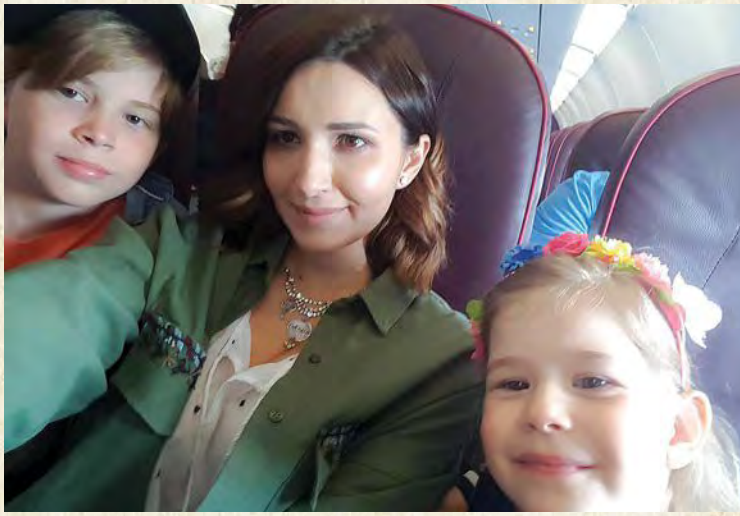
ȘCOLARII. Destinaţiile mai lungi pot fi de acum introduse pe listă, fie că vă orientaţi către parcuri de aventură, aqua park-uri sau circuite cu 2-3 destinaţii diferite.
P.S: Teoretic puteţi reîncepe să fotografiaţi liniștit un peisaj care vă place. Și poate chiar să exploraţi în grabă alte magazine decât cele de jucării.

ADOLESCENŢII. E foarte probabil ca implicarea lor în alegerea destinaţiei să nu fie opţională așa că fiţi pe cât posibil deschiși la minte și la buget. Destinaţiile exotice sau culturile diferite pot fi de interes pentru ei. Iar dacă nu visează decât ieșiri în gașcă, îi puteţi tenta cu experienţe despre care ar vrea să povestească prietenilor – offroad, canyoning, parapantă.
P.S: În funcţie de rezultatele la ultimul EKG.
Indiferent ce decizie vei lua, ia în calcul faptul că pentru un copil cea mai bogată vacanţă nu trebuie să fie deloc cea mai scumpă.

Olivia împreună cu Dan și micuţul Nicolas

„Nu există călătorii perfecte, ci momente perfecte de familie"

Călătoriile sunt, pentru mine, prilejul ideal de a fugi. Da, am folosit un cuvânt cât se poate de curajos și responsabil. Eu fug de aglomeraţie, de trafic, de griji și de stres. Îmi iau tot ce este mai de preţ pentru mine și nu mă mai gândesc la nimic. Cu o valiză, un soţ și doi copii cu mine simt că am toată viaţa în jurul meu.



Ela și copiii, gata de plecare în vacanţă

Suntem fanii activităţilor în aer liber. Indiferent de locaţiile în care ne găsim în vacanţă, a merge la pas este o condiţie. Vacanţa este pentru mine, un moment în care nu mai stau blocată în trafic, pot admira locurile și pot respira aer curat. Recunosc, tot mersul pe jos mă ajută să dau jos și prăjiturile pe care le mănânc când sunt în concediu.
Vacanţa de vară o petrecem oriunde este soare și apă. Destinaţiile le alegem în funcţie de foarte multe lucruri și întotdeauna este o aventură să fim cu toţii de acord. După ce am stabilit locul, perioada ne dă de furcă din nou. Să sincronizezi patru programe diferite este o aventură. Am uitat să menţionez, programul celor mici este cel mai încărcat! Trebuie să renunţăm la fotbal, la balet, să facem salturi printre concerte, recitaluri și meciuri. Biletele și cazarea sunt specialitatea mea. Eu sunt un stalker experimentat de oferte de turism. Am învăţat că cele mai avantajoase excursii sunt cele stabilite din timp, pentru că atunci pot găsi ofertele early booking ale agenţiilor și super oferte la biletele de avion. Preţurile pentru avion sunt cu 80% mai ieftine, dacă ai luat biletele cu minimum 6 luni în avans. De exemplu, o familie cu 2 copii poate economisi pentru un sejur în Europa mai bine de 500 de euro doar prin cumpărarea din timp a biletelor de avion.
Eu nu mă opresc niciodată la prima ofertă pe care o găsesc. Sunt atât de multe comparatoare de preţ și site-uri de booking încât este posibil să găsesc, pentru același hotel, oferte diferite. Eu salvez rezervările și intru cu 3 zile înainte de plecare să văd care este preţul. Unele hoteluri scad preţul cazării pe măsură ce se apropie data la care trebuie să plătesc și atunci pot opta pentru o ofertă mai bună.
Să nu credeţi că mă mulţumesc cu rezervările de cazare și avion. Tot eu stau ore întregi pe paginile de recomandări ale turiștilor pentru a descoperi locuri exotice, monumente istorice, restaurante cu mâncare genială și multe alte lucruri care îmi vor face vacanţa mai frumoasă. Plaja și mâncarea nu trebuie să fie singurele activităţi ale unei vacanţe de o săptămână.
Credeţi că aici ne oprim? Când pleci cu cei mici mai ai de bifat multe alte căsuţe în lista ta de mamă. Vremea, asigurările, îmbrăcămintea potrivită, medicamentele generice în caz de răceală și alergii, toate sunt în agenda mea de călătorie.
Dar mai este un singur amănunt pe care doamnele îl cunosc foarte bine: shopping-ul. Misiunea mea este să găsesc reducerile și să îmi sincronizez cardul cu ele. Micile plăceri nevinovate ale unei călătorii sunt suvenirurile. Încă mai încerc să scap de impulsul de a cumpăra căni și rame foto. Nu de alta, dar dulapul nostru cu căni pare o incursiune pestriţă în georgrafia globului pământesc. Coleţionez căni pentru a-mi aminti atunci când îmi beau cafeaua de dimineaţă de toate momentele frumoase cu familia.
În cele din urmă, eu cred că nu există călătorii perfecte, ci momente perfecte de familie.

Unde petreci weekend-urile?

CARO SUMMER CAMP

UNDE: Hotel Caro, București
CÂND: 19.06.2017-11.08.2017, de luni până vineri, între orele 08:00 și 18:00
CINE: Copii între 6-14 ani

Tabăra de vară de la Hotel Caro este despre dezvoltarea personală a copiilor, adaptată vârstei, prin ateliere de fotografie, ateliere de film, explorarea mediului înconjurător. Totul se face într-un program bilingv, cu traineri internaţionali. Înscrierile se fac până în prima zi de debut a modulului, în limita locurilor disponibile. Un modul durează o săptămână, costă 850 de lei și include activităţi precum înot sau escaladă, dezvoltare personală în limba engleză sau prin șah, gătit, teatru, art & craft, public speaking, mindfulness. Zilnic este asigurată gustarea de dimineaţă, masa de prânz și gustarea de după-amiază.

RELAXARE ȘI JOCURI ÎN AER LIBER

UNDE: Club Crayon, București
CÂND: În fiecare joi, începând cu ora 18:00
CINE: Copii între 5-12 ani

Programul se numește „Fitness, meditaţie, relaxare și jocuri interactive în aer liber“ și își propune să-i învețe pe copii să aibă grijă de corpul și spiritul lor în natură, să se joace, să se relaxeze. Exerciţiile în aer liber cresc stima de sine și dezvoltă o atitudine pozitivă la care se adaugă beneficiile legate de sănătate cum ar fi expunerea controlată la soare și stimularea sistemului imunitar. Relaxarea în natură, alături de jocurile copilăriei îi învaţă pe copii să coopereze cu noi parteneri de joc, să înţeleagă spiritul de echipă, să fie mai toleranţi, să dezvolte strategii, să găsească soluţii. Programul începe cu 45 de minute de fitness adecvat vârstei, continuă cu 15 minute de relaxare și se încheie cu 30 de minute de jocuri interactive.

GÂNDUL DE A EVADA PE O PLAJĂ PUSTIE CU AI TĂI, PĂLĂRIA DE SOARE ȘI GĂLETUȘA DE NISIP ESTE, PE CÂT DE ISPITITOR, PE ATÂT DE IMPOSIBIL CÂTEODATĂ. VARA ARE CEL PUȚIN TREI LUNI, IAR VACANȚA NU DUREAZĂ TOT ATÂT. AȘA AU APĂRUT **TABERELE PENTRU PĂRINȚI** CU SAU FĂRĂ COPII, CURSURILE DE TEATRU SAU YOGA. ÎN PLUS, SUNT DESCHISE ȘI LOCURILE DE JOACĂ ÎN AER LIBER, MUZEELE, PARCURILE. **de Anca Chelmec**

KALEIDOSCOPIL, TABĂRĂ PENTRU COPII ȘI PĂRINȚI

UNDE: Moeciu de Sus
CÂND: 22-25 Iulie, 28-31 iulie și 2-5 septembrie
CINE: Copii de 5-12 ani și părinții lor

Este vorba de trei weekend-uri prelungite afară din oraș, în care familia petrece timp împreună. Ce se întâmplă acolo mai exact? Jocuri și experințe prin care autocunoașterea, înțelegerea, sinceritatea, curiozitatea, răbdarea, dialogul să fie principiile de bază în relațiile dintre copii și părinți. Fiecare tabără este compusă din ateliere practice și experiențiale, documentare educațională și activități creative. În această tabără învățați să observați, să vă puneți întrebări, să investigați ceea ce știți deja și ceea ce nu știți, să învățați sisteme de valori, să vă exprimați verbal și non-verbal în relațiile interumane, să comunicați cu blândețe și să lucrați în echipă, să dăruiți, să împărțiți, să vă exprimați liber, fără prejudecăți, să fiți curioși, să vă ascultați vocea interioară, să vă exprimați creativitatea și personalitatea, să vă cunoașteți mai bine. Vor fi organizate ateliere practice precum origami, bune maniere, storytelling, teatru și improvizație, documentare educațională și seminarii, dar și Treasure Hunt și drumeție în natură, board games și filme. Tabăra costă 1.650 de lei pentru copil și un părinte. Costul include materialele necesare pentru activități, cazarea, mesele.

CURSURI DE TEATRU PENTRU COPII „MINI COQUETTE“

UNDE: Teatrul Coquette
CÂND: 6 mai-8 iulie
CINE: Copii de 6-11 ani

Cursul este coordonat de actrița Celina Nițu și cuprinde jocuri de atenție, de relaționare, de ritm și inventivitate prin metode teatrale adaptate copiilor. Se vor explora diferite genuri de teatru (umbre, non-verbal, păpuși), se vor întâlni personaje din spectacolele pentru copii ale Teatrului Coquette și se va pregăti o piesă pentru a fi jucată pe scenă, la finalul cursului. Cursul va avea două grupe, una pentru copiii de 6-8 ani, cealaltă pentru copiii de 9-11 ani și va avea loc în fiecare sâmbătă la ora 15:00. Fiecare grupă are maximum 12 copii. Clasele de teatru contribuie la depășirea timidității, creșterea încrederii în sine, relaționarea constructivă și empatizare, comunicarea sentimentelor, recunoașterea modelelor reale și valoroase, concentrarea atenției.

BRIO, TESTELE PRIN CARE PĂRINȚII POT MONITORIZA EVOLUȚIA ELEVILOR

De ce ați dezvoltat testele BRIO, de unde această idee?

Pentru că România rămâne repetentă și nu ne mai permitem să așteptăm ca altcineva să schimbe acest lucru. Pentru că 32% dintre elevii români nu reușesc să obțină nota 5 la Bacalaureat și uneori părinții lor sunt surprinși de asta. Pentru că 60% din elevii de clasa a VIII a nu au luat notă de trecere la examenul de simulare a Evaluării Naționale, proba de matematică...

Mi-am dorit foarte mult să dezvolt pentru România ceea ce toate țările cu sisteme de învățământ eficiente au deja: o metodă standardizată, prin care elevii sunt evaluați în mod obiectiv. Și nu doar o dată pe an, ci ori de câte ori elevul sau părintele lui simte această nevoie. Numai așa putem anticipa rezultatele unui elev la Evaluarea Națională sau la Bacalaureat și îl putem ajuta să evolueze în mod real, nu doar la nivel de note. Putem face asta prin acest produs 100% românesc, care utilizează cea mai avansată metodologie de testare internațională.

Cum funcționează testele BRIO?

BRIO măsoară prin teste digitale nivelul de pregătire al unui elev. Practic, părintele sau elevul însuși își face un cont, cumpără credite de testare și apoi se testează oricând simte nevoia. Sistemul indică cu exactitate nivelul real al elevului, îți arată capitolele pe care el trebuie să le îmbunătățească și cele pe care le stăpânește, precum și poziția fiecărui copil testat în raport cu ceilalți toți elevi de vârsta sa din țară. Acest lucru este posibil pentru că testele sunt dezvoltate pe baza unor principii științifice și au fost normate, adică testate pe 60.000 de elevi din toată țara, grupați în eșantioane reprezentative. Baza de date Brio cuprinde numai pentru matematică peste 20.000 de întrebări.

Cum îi ajută testele standardizate pe părinții din România?

Și eu sunt părinte, așa că am gândit BRIO ca un instrument prin care poți afla nivelul real al copilului tău, poți ține sub control performanța lui și implicit rezultatele de la examenele importante – Evaluarea Națională și Bacalaureat. De aceea poți urmări evoluția sa în timp, de la o testare la alta. Prima testare îți spune ce nu știe, apoi lucrezi pentru a îmbunătăți aceste lucruri și retestezi până când ai dovada unui progres real.

Pentru că e important de înțeles un lucru: copilul dumneavoastră nu este niciodată egal cu un alt elev, chiar dacă obține note identice. Așa că rapoartele gândite de noi explică ce cunoștințe și ce competențe ar trebui să aibă la vârsta lui, în ce măsură le-a dobândit sau nu și cum poate fi sprijinit pe mai departe. Astfel părintele află ce obiective trebuie să urmărească împreună cu profesorii, meditatorii și cu elevul însuși.

Scorul BRIO
pe ce loc se află un elev la nivel național

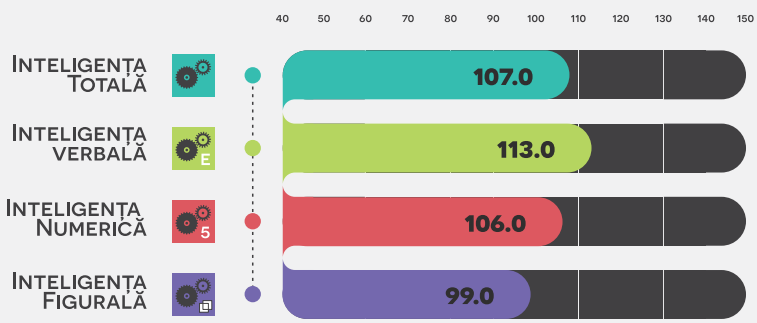
www.brio.ro

parenting.RO ROMANIA

Pe www.parentingromania.ro găsești cele mai prestigioase teste vocaționale, care îți arată ce carieră i se potrivește copilului tău

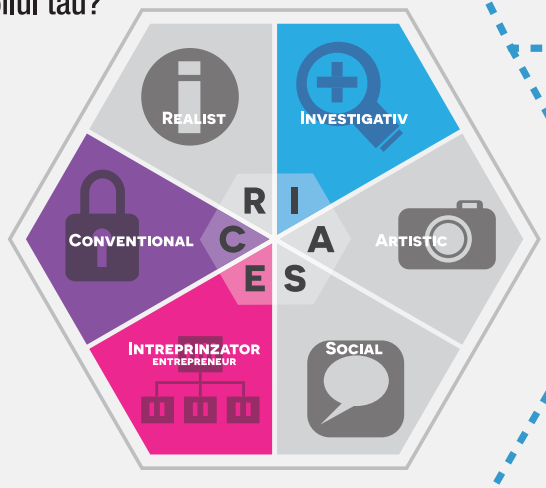
TESTUL DE INTELIGENȚĂ

Ce IQ are copilul tău și care sunt punctele lui forte (inteligența verbală, figurală sau numerică)?



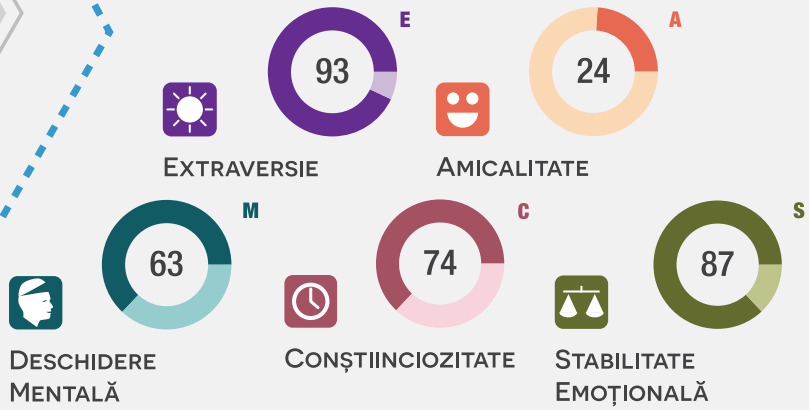
TESTUL DE INTERESE

Cu ce aptitudini este înzestrat și ce interese îl definesc pe copilul tău?



TESTUL DE PERSONALITATE

Ce tip de personalitate are copilul tău?



*Toate testele sunt instrumente internaționale, validate științific și calibrate pentru populația României.

www.parentingromania.ro

CULTURĂ

Harry Potter premiat din nou

Piesa de teatru continuare a poveștii lui Harry Potter, scrisă de romanciera britanică J.K. Rowling, a câștigat nouă premii din cele 11 categorii la care a fost nominalizată în cadrul ceremoniei de la Royal Albert Hall din Londra. „Cursed Child" a câștigat premiul pentru cea mai bună piesă, cel mai bun actor în rol principal (Jamie Parker), cel mai bun actor în rol secundar (Anthony Boyle), cea mai bună actriță în rol secundar (Noma Dumezweni), și cel mai bun regizor (John Tiffany).

EVENIMENT

Disneyland Paris a aniversat un sfert de secol

Parcul Disney din Paris a împlinit un sfert de secol de existenţă. Acest eveniment a fost marcat printr-un spectacol unic și grandios, la care au luat parte 1.500 de angajaţi ai parcului de distracţii din capitala Franţei. Pentru realizarea acestui spectacol, a fost nevoie de nouă luni de muncă și de un buget enorm, care au permis defilarea tuturor personajelor Disney, spectacole și decoruri nemaivăzute. Recordul de vizitatori a avut loc acum doi ani, când 10 milioane de vizitatori i-au trecut pragul parcului de distracţii. Disneyland Paris înseamnă acum două parcuri magice imense, Walt Disney și Walt Disney Studios, cu peste 50 de atracţii.

EDUCAŢIE

Experimentele elevilor români, la bordul Stației Spațiale Internaționale

Cinci echipe de elevi români s-au calificat în faza finală a competiţiei spaţiale „Astro Pi", organizată de Agenţia Spaţială Europeană. Provocarea lansată tuturor elevilor europeni cu vârsta de până la 16 ani a fost aceea de a proiecta un experiment ştiinţific care poate fi rulat folosind senzorii Astro Pi ai unui computer de la bordul Staţiei Spaţiale Internaţionale și de a scrie codul cu care Astro Pi trebuie programat pentru a executa acest experiment. Echipele din România calificate în faza finală a competiţiei sunt de la licee din București, Cluj-Napoca, Eforie-Sud și Pașcani.

CATENA +

Prețuri mici pentru mămici!

Surprize pentru pitici!

Veniți în farmacii, activați cardul și veți descoperi produsele de care aveți nevoie la prețuri fără concurență.

Până la **25% REDUCERE** cu cardul Mama și Copilul

Imaginea cardului Mama și Copilul este Maria Bendriș,
antrenoare de fitness, fostă campioană națională la bodyfitness, împreună cu băiețelul ei.

Forbes România

CELE MAI VÂNDUTE CĂRȚI

Dacă poți visa la orice, ar trebui să poți ajunge oriunde!

Cardul BT Flying Blue îți aduce Mile de Zbor.

FLYINGBLUE

AIRFRANCE KLM

TAROM ROMANIAN AIR TRANSPORT SKYTEAM

BANCA BT TRANSILVANIA®

www.bancatransilvania.ro/flyingblue

CARTEA NU SE MAI DESCHIDE ÎN ROMÂNIA

Vânzările de carte în România au stagnat în ultimii trei ani. Cauza: degradarea sistemului de învățământ și educație. Viitorul cărții este neclar și imprevizibil într-o societatea cu 43% analfabeți funcționali.

O fotografie a prezentului pe care-l traversează piața de carte din România ar surprinde librăriile pline de volume și un public numeros, care se îngrămădește la cele două mari târguri din timpul unui an, Gaudeamus și Bookfest. Asta ar fi o fotografie făcută „din avion", care generează păreri și percepții foarte optimiste: românii cumpără cărți, citesc cărți, cultura scrisă este la mare preț. Nimic mai fals!

După trei ani de creștere economică, timp în care consumul s-a înviorat, ar fi fost de așteptat ca industria editorială să urmeze același trend. Nu există nicio dovadă că acest lucru s-a întâmplat. Piața editorială este încremenită. A trecut mai ușor decât alte sectoare prin criza economică, pentru că editurile sunt entități care lucrează permanent în criză, s-au obișnut să trăiască pe muchie de cuțit, cu marje de profit mici, cu personal restrâns, mereu sub presiunea constrângerilor financiare. În fapt, nu există nicio legătură între creșterile macroeconomice, între majorările salariale, între creșterea consumului general al populației și industria cărții. Pentru că românii, scăpați de chinurile crizei economice, au revenit, în ultimii trei ani, la consumul alimentar, la cumpărarea de electrocasnice și automobile, achiziționarea vacanțelor în străinătate. Cartea este pe ultimul loc pe această „listă de consum" și, în majoritatea cazurilor, nici nu este trecută pe listă.

Cartea nu se află, în fapt, pe vreo listă: nici a românilor, nici a guvernului, care ar putea încuraja prin măsuri fiscale și de infrastructură această piață, și nici a politicienilor care, în campaniile electorale își „amintesc" de sănătate, învățământ, educație și... cultură. Singura legătură a editorilor cu „lumea" este un segment de români care cumpără cărți. Nu

Cele mai vândute cărți (2014-2016)

Autori Români

01 **PAS CU PAS**
KLAUS IOHANNIS
Curtea Veche

02 **FLUTURI (VOL. I-II-III)**
IRINA BINDER
For You

03 **BIBLIA PIERDUTĂ**
IGOR BERGLER
RAO

04	O scurtă istorie ilustrată a românilor	Neagu Djuvara	Humanitas
05	Suge-o, Ramona!	Andrei Ciobanu	Trei
06	Bucătărescu (vol. I-IX)	Dan Silviu Boerescu	Integral
07	Flash-uri din sens opus	Marian Godină	Curtea Veche
08	Solenoid	Mircea Cărtărescu	Humanitas
09	Suflet românesc	Dan Puric	Supergraph
10	Despre frumusețea uitată a vieții	Andrei Pleșu	Humanitas

Cele mai vândute cărți (2014-2016)

Autori Străini

01 **ADULTER**
PAULO COELHO
Humanitas Fiction

02 **CINCIZECI DE UMBRE ALE LUI GREY**
E L JAMES
Trei

03 **SPIOANA**
PAULO COELHO
Humanitas Fiction

04	Înainte să te cunosc	Jojo Moyes	Litera
05	Divergent (toată seria)	Veronica Roth	Corint
06	Hoțul de cărți	Markus Zusak	RAO
07	Camarazi de front	Sven Hassel	Nemira
08	Secretele succesului	Dale Carnegie	Curtea Veche
09	Pisicile Războinice	Erin Hunter	ALL
10	De veghe în lanul de secară	J.D. Salinger	Polirom

există statistici care să arate cât de mare este acest segment: un milion?, două?, sau jumătate de milion? Cu siguranță, numărul de cumpărători/cititori de carte nu s-a mărit în ultimii trei ani, dovadă cifrele de afaceri ale editurilor, dar se știe cu siguranță că este mult mai mic decât în Ungaria, Polonia, Cehia, cam la nivelul Bulgariei... Toate topurile industriei editoriale din Uniunea Europeană arată că România este codașă. Consumul anual de carte este în jur de 4,5 euro per capita. De asemenea, în absența unor date oficiale, se poate estima valoarea vânzărilor la circa 60 de milioane de euro pe an, fără manualele școlare. Este o cifră care se vehiculează în lumea editorilor de mai bine de trei-patru ani, cea mai mică din U.E.

Cum s-a ajuns aici? Se pot invoca numeroase motive: creșterea consumului de internet, dispariția librăriilor - în prezent sunt în jur de 260 de librării în țară, din care o treime numai în București, iar în Germania, cea mai mare piață editorială din Europa, sunt peste 6.000 – absența unor rețele puternice de distribuție care să acopere întregul teritoriu (cartea a dispărut în mediul rural), puterea scăzută de cumpărare a românilor (discutabil motiv!) și degradarea bibliotecilor publice. La toate aceste lucruri, care țin de infrastructură, se adaugă dezinteresul politicienilor și guvernanților față de carte. Politici coerente și pragmatice n-au existat în acest sector și nu sunt semne că vor apărea într-un viitor apropiat.

În realitate, „motorul" pieței de carte din România, ca de altfel în toate țările civilizate, este sistemul de învățământ și educație. Obișnuința lecturi, obligație ce revine școlii, a dispărut la majoritatea copiilor, ca nu mai spunem la adulți. Cartea a fost izgonită din școala românească, pe fondul degradării interesului multor profesori și dascăli blazați. Degradarea din ultimii ani a învățământului românesc influențează direct piața de carte. Așa încât, conexiunea pieței de carte nu ține de economie sau de nivelul de trai, ci de procesul de învățământ, în care elevii deprind dragostea (nu-i un cuvânt mare!) pentru lectură. Pragul atins de 43% de analfabeți funcționali în România arată dezastrul din sistemul educațional și direcția critică spre care se îndreaptă societatea românească. Iar piața de carte poate fi considerată o victimă sigură a acestui dezastru.

În ultimii ani, ne-am obținuit ca editorii români, în diverse manifestări publice, să se lamenteze pe seama dificultăților din această piață. Nu este niciun moft, nicio ipocrizie, nicio minciună, nicio exagerare. Interviurile realizate de „Forbes" despre industria editorială din ultimii trei ani reprezintă adevărata fotografie a cărții din România. Această piață este ținută numai de entuziasmul unor antreprenori care și-au asumat rolul de formatori și de creatori de cultură, chiar cu riscul de a-și pierde banii.

Sursa Forbes România – estimare

ÎN COADA TOPULUI EUROPEAN

Printre blocajele pieței editoriale din România, Lidia Bodea, director general la Editura Humanitas, semnalează dezastrul din educație și legislația încâlcită și descurajantă.

Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Lidia Bodea: Prea puțin. Răspunsul poate să pară cumva ilogic, dar asta numai pentru cei care își imaginează creșterea economică și creșterea consumului de bunuri culturale în raport simplu și imediat (direct) de tip cauză-efect.

Indicatorii de care depinde dinamica pozitivă a pieței editoriale sunt (mai ales) alții și sunt, deja de foarte mult timp, tocmai indicatorii care fac din România un... fruntaș în clasamentele rușinii: salariul mediu pe economie, abandonul școlar, analfabetismul funcțional șamd. Dau un singur exemplu: la ultima testare PISA (citire, matematică, științe), rezultatele României au fost în scădere. Ei bine, scăderea asta, și nu creșterea economică, influențează cu adevărat piața editorială. (Și, pe termen lung, viața noastră pur și simplu.)

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este

Radu Sandovici

integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Lidia Bodea: Da, despre un set de valori comune cred că suntem îndreptățiți să vorbim. Cu alte cuvinte, principalii actori ai pieței editoriale românești și-au asumat cu profesionalism rolul cultural ce le revine. Din acest punct de vedere, comparația cu Europa e chiar prilej de tonică mândrie și, dacă din întrebarea dumneavoastră ar fi lipsit componenta business, poza pieței de carte românești ar fi fost destul de luminoasă.

Poza se-ntunecă din păcate de îndată ce comparația trece de la rolul cultural la cel economic-comercial. Și cum să nu se-ntunece poza noastră de grup când cifra de afaceri a pieței de carte de la noi abia dacă e de două ori mai mare decât aceea a unei singure edituri din Lituania. Dar, ca să reiau scurt parte din răspunsul la prima întrebare, trebuie precizat că Lituania nu are, ca România, 42% dintre adolescenți încadrați la analfabetism funcțional.

O altă comparație, dincolo de UE: piața de carte din România abia dacă adună, ca sumă a vânzărilor tuturor editurilor timp de un an!, cât drepturile de autor pe care Penguin Random House le vor plăti soților Obama pentru două cărți...

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne care au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Lidia Bodea: În bună măsură, răspunsul e de găsit în cel dat la prima întrebare. Lista blocajelor e lungă, cu dezastrul din educație cap de afiș. Legislație încâlcită, descurajantă. Dezinteres cras în ceea ce privește coerența politicilor din educație și cultură (sau poate interes mascat sub demagogie pentru a obține o cât mai largă masă de alegători tot mai analfabeți, mai ușor de manipulat? Ce-l costă pe politicianul român să ne spună, din patru în patru ani, de aproape 30 de ani, că educația și sănătatea sunt prioritățile lui?!).

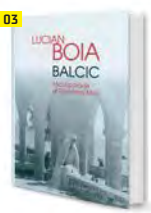
Scăderii TVA pentru carte, susținută din 2015 și obținută în 2016 de ministrul culturii, domnul Vulpescu, ar trebui să i se adauge un întreg pachet de măsuri „deblocante", dar pentru asta e nevoie de politicieni care să nu fie, ca Pirgu al lui Mateiu Caragiale, „vrăjmași ai slovei tipărite". F

Editura Humanitas

Autori Români

01 **O SCURTĂ ISTORIE ILUSTRATĂ A ROMÂNILOR**
NEAGU DJUVARA
24.000 exemplare

02 **SOLENOID**
MIRCEA CĂRTĂRESCU
21.000 exemplare



03 **BALCIC. MICUL PARADIS AL ROMÂNIEI MARI**
LUCIAN BOIA
18.000 exemplare

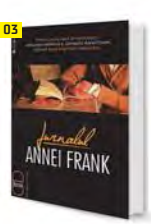
04	Cum s-a românizat România	Lucian Boia	18.000 exemplare
05	De ce este România altfel?	Lucian Boia	17.000 exemplare
06	Despre frumusețea uitată a vieții	Andrei Pleșu	17.000 exemplare
07	Primul Război Mondial	Lucian Boia	15.000 exemplare
08	De ce iubim femeile	Mircea Cărtărescu	14.500 exemplare
09	Ce-am făcut când am tăcut	Andreea Esca	14.000 exemplare
10	444 de fragmente memorabile ale lui Neagu Djuvara	Neagu Djuvara	12.000 exemplare

Editura Humanitas

Autori Străini

01 **AVENTURILE LUI HABARNAM**
NIKOLAI NOSOV
26.000 exemplare

02 **MĂNÂNCĂ, ROAGĂ-TE, IUBEȘTE**
ELIZABETH GILBERT
22.000 exemplare



03 **JURNALUL ANNEI FRANK**
ANNE FRANK
18.000 exemplare

04	În căutarea fericirii	Bertrand Russel	16.000 exemplare
05	Arta fericirii. Manual pentru viață	Dalai Lama	15.000 exemplare
06	Întrebări mari de la cei mici...	Gemma Elwin Harris	14.000 exemplare
07	Demonul amiezii. O anatomie a depresiei	Andrew Solomon	12.000 exemplare
08	Habarnam în Orașul Soarelui	Nikolai Nosov	11.500 exemplare
09	În sfîrșit, nefumător	Allen Carr	11.500 exemplare
10	Habarnam pe Lună	Nikolai Nosov	11.000 exemplare

DOAR 4 EURO PE AN PENTRU CARTE!

Silviu Lupescu, director general la Editura Polirom, consideră că piața editorială a încercat să recupereze scăderea generată de criza economică. În România, consum individual de carte este de circa 4 euro pe an.

Forbes: În ultimii trei ani, România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Silviu Lupescu: Orice creștere economică înseamnă bani mai mulți și, probabil, un procent rezervat (și) produselor culturale. Că procentul e infim, e altă poveste. De fapt, piața editorială abia a încercat să recupereze scăderea drastică produsă de criză. Nu a reușit întru totul, dar a recuperat ceva-ceva. Au fost și măsuri globale care au ajutat, printre care scăderea nivelului general de TVA și al celui pentru carte, în particular. Creșterea comerțului pe internet ar putea fi o altă cauză. Aș mai menționa și o oarecare predictibilitate a politicilor fiscale. Alte conexiuni directe, nu întrevăd.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Silviu Lupescu: Este conectată, cum să nu fie? Cu Bulgaria, Portugalia și Cipru – printre ultimele clasate în UE în ce privește consumul de carte per capita. Și mai e conectată (doar) în viziunea unor instituții de stat obișnuite să facă statisticile atractive și să emită previziuni pe placul guvernării.

Din păcate, singurele statistici credibile sunt cele efectuate de organismele UE, dar acestea s-au cam învechit. Am rămas deci la un consum individual de carte de circa patru euro pe an.

Nici din perspectiva schimbului de valori culturale nu aș spune că avem „excedent". E drept, traducem foarte mult – literatură, non-ficțiune etc. Autorii români însă, cu unele excepții, sunt traduși mult mai puțin și nu la editurile europene importante.

Forbes: În opinia dvs. care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

ÎN LOCUL TOPURILOR DE VÂNZĂRI

➔ **Silviu Lupescu:** Ce ne-ar spune clasamentele atât timp cât ani în șir topurile mondiale au fost dominate de „Cele 50 de umbre ale lui Gray"? Sau poate că, dimpotrivă, au multe de spus!

➔ Autorii români nu au nici o șansă să impresioneze în comparație cu milioanele de exemplare vândute de E.L. James. Nici măcar Salinger, Orwell, Murakami, Hemingway, Shafak, Nabokov, Pamuk sau Rushdie – ca să amintesc doar câțiva dintre cei mai vânduți prozatori străini din ultimii ani.

➔ De la Polirom, Dan Lungu, Tudor Chirilă, Aurora Liiceanu, N. Steinhardt, Octavian Paler, Varujan Vosganian, Gabriela Adameșteanu sau Andrei Oișteanu - într-o ordine aleatorie - ar fi printre autorii români cei mai ceruți în librării.

➔ Pe de altă parte, dacă titluri „grele" ca „Amazoanele" (Adriana Babeți) sau „Ulysses 732" (Mircea Mihăieș) se vând în câteva mii de exemplare, înseamnă că în domeniul editorial nu e chiar totul pierdut.

Silviu Lupescu: Sunt cam aceleași pe care editorii le evidențiază mereu, de la factorii demografici, până la veniturile familiale reduse.

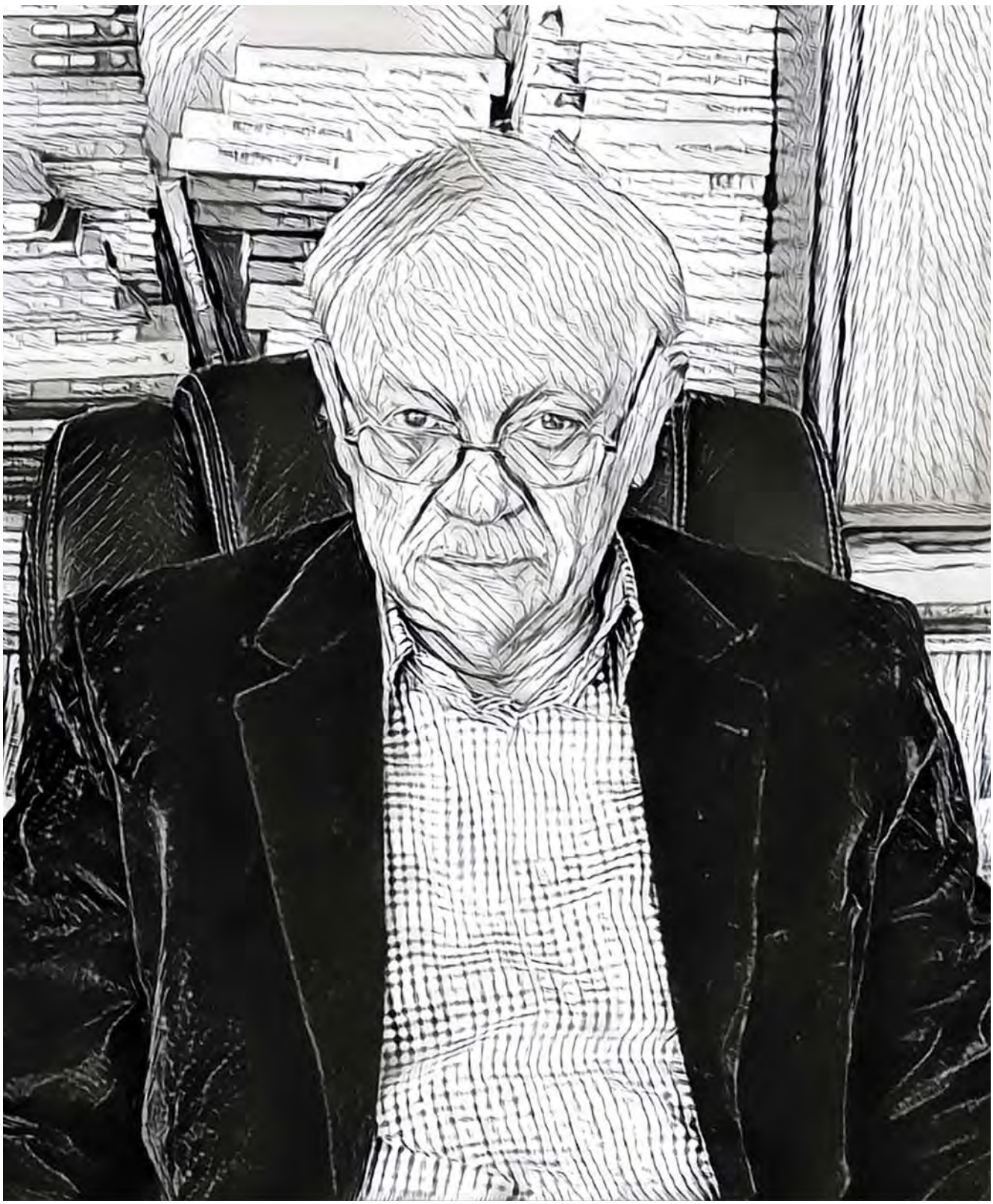
Lectura ar trebui încurajată mai ales în școli, dar puține au biblioteci. Nu există biblioteci comunale și nici în multe dintre localitățile medii sau mici. Avem 3-4 milioane de cetățeni în diaspora, de potențiali cititori pe care i-am pierdut. Nivelul de cultură generală pe care ar trebui să-l asigure școala e în scădere și se cam știe de ce. O spun cu regret: sunt absolvenți de Litere care nu au auzit de „Divina Comedie" sau de „Moby Dick".

Un inventar al tuturor cauzelor ar fi prea lung – implicând sistemul fragil de distribuție, taxarea, birocrația excesivă (deci costisitoare), fondurile extrem de reduse alocate culturii din bugetul central și din cele locale, tirajele mici, circulația restrânsă a publicațiilor culturale și a rubricilor de specialitate în mass media etc. etc. Despre toate acestea vorbim de ani buni. La ce-ar mai folosi să le recapitulăm?

În unele țări, sunt în aplicare programe speciale de susținere a culturii scrise și a lecturii. Noi avem o lege caducă declarativă care nu a avut niciun efect, precum și diverse presiuni din partea unor asociații de creatori (a se vedea timbrul literar) sau de difuzorii alarmați de creșterea ponderii comerțului pe internet.

Legea 186/2003 a rămas fără norme de aplicare. De pildă, la Art. 14 se prevedea o reducere cu 50% a tarifelor pentru expedierea cărților prin C.N. Poșta Română. Nu numai că nu s-a aplicat, dar azi s-a ajuns în situația în care costul de expediție poate depăși prețul cărții, iar pentru o carte expediată în străinătate tariful e de 2-3 ori mai mare decât cel practicat pentru cărțile livrate în România.

Despre un program coerent național nu putem vorbi, iar factorul politic nici nu pare să aibă vreo preocupare serioasă în acest sens.



UN POPOR CU VIITORUL DEVORAT?

Mihail Penescu, directorul general al Grupului Editorial ALL, invocă trei cauze care frânează dezvoltarea industriei de carte: absența finanțării editurilor, puterea de cumpărare redusă a publicului și lipsa de motivației a lecturii.

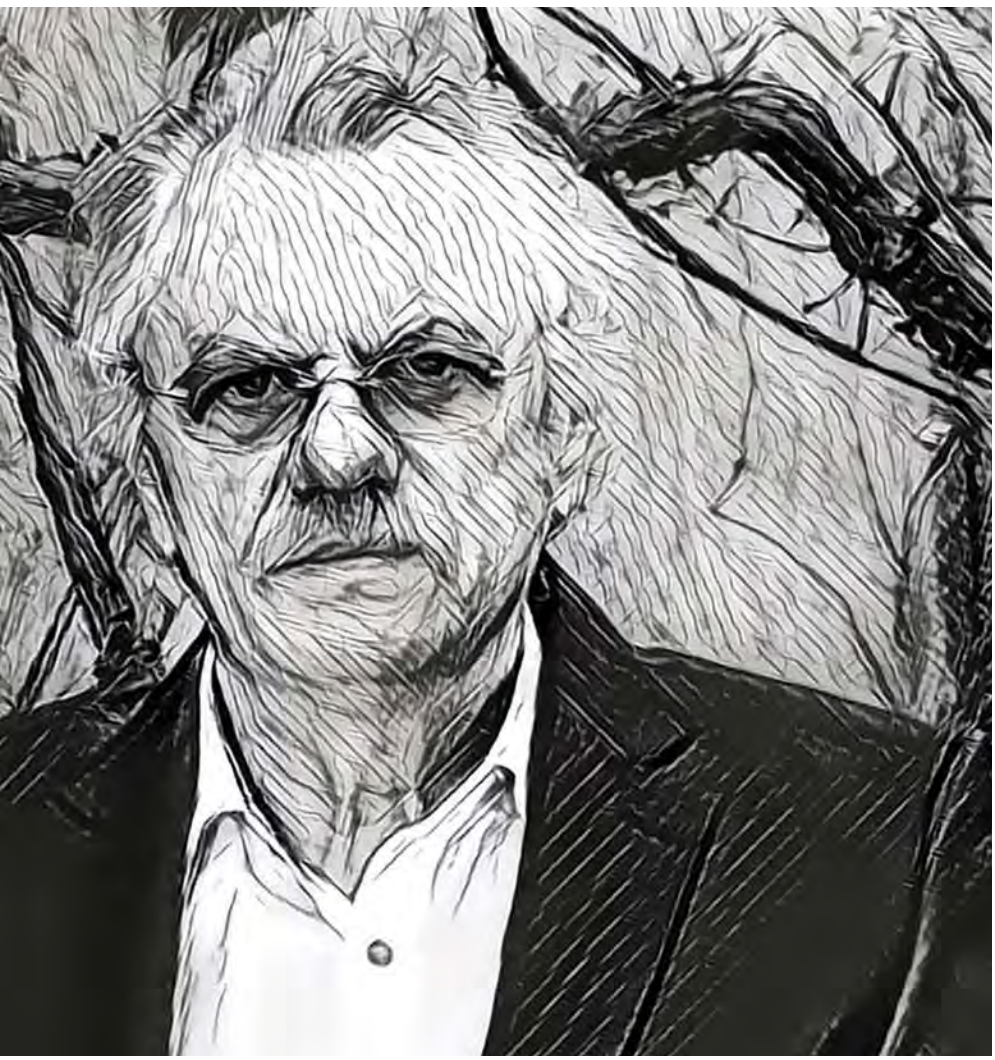
Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Mihail Penescu: Este o întrebare legitimă, care însă nu poate primi un răspuns. Din păcate, nimeni nu poate da un răspuns la o astfel de întrebare, pentru că România nu are niciun fel de informații statistice sau globale privind piața de carte.

Nu știm valoarea vânzărilor, adică cifra de afaceri, nu știm câte cărți se vând, nu știm nici câte cărți se publică, nu știm cu precizie nici măcar numărul real al librăriilor sau al site-urilor care vând cărți. Cu atât mai puțin există informații despre structura de publicații sau de vânzări. Industria de carte din România este mult prea săracă pentru a putea plăti astfel de studii, altfel perfect justificate și necesare unei industrii moderne. Neavând astfel de cifre, nu putem spune nici dacă industria crește sau scade, sau crește pe un domeniu și scade pe un alt domeniu. Impresia mea de jucător în această piață este că pentru perioada ultimilor ani putem crede într-o creștere de câteva procente, cam la același nivel cu creșterea economică generală. Orice altă considerație mi se pare hazardată. Vezi în jurul tău edituri care cresc, altele stagnează, altele dispar sau intră în conservare. Greu de făcut un total. După părerea mea, evoluția fiecărei edituri în parte depinde de un număr mare de factori, care creează un adevărat context particular. Ca o impresie generală, cred că industria cărții din România se află de mult timp pe un minim din care cu greu va putea vreodată ieși. Raportat la numărul de locuitori, avem cea mai slabă industrie a cărții din UE.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Mihail Penescu: Integrarea editurii pe care o reprezint, Editura ALL, în peisajul european, a avut loc cu mult înainte de intrarea României în UE. Mai mult chiar, o ironie a sorții a făcut ca intrarea în UE să coincidă cu eșuarea, după 10 ani, a celei mai mari investiții din domeniul educațional, care a avut loc, până în prezent, în România. Este vorba de plecarea Editurii Cornelsen, după o investiție eșuată de câteva milioane de euro, din parteneriatul cu Editura ALL. Pentru cei care nu știu, Cornelsen este



cel mai mare producător de manuale și carte educațională din Germania, cu o cifră de afaceri de 500 milioane de euro, care a venit în 1997 și a investit în Editura ALL, ca partener egal cu partea română, în ideea de a produce materiale educaționale de nivel european. Creșterea, după anul 2000, a nivelului de corupție peste orice suportabilitate și mutilarea condițiilor de licitație a manualelor în mod aberant au determinat Editura Cornelsen să ia decizia de a se retrage, după zece ani de muncă, investiții și așteptări.

Grupul de Edituri ALL a mai realizat două parteneriate europene înainte de 2006. Primul, în 1998, cu Editura C.H. Beck din München, lider al pieței de carte juridică din Germania, editură care funcționează și astăzi în afara grupului. Al doilea este un parteneriat care a luat ființă în 2002 cu Helen Exley London – Gift Books, editură care funcționează și azi în cadrul grupului ALL.

Deci, din punct de vedere individual, noi ca și alte edituri de succes din România ne-am integrat în circuitul editorial european înainte de 2006. Editurile din România sunt prezente în peisajul publicistic european. La nivel de industrie, de țară, România este departe, trăiește într-o lume paralelă, undeva aproape de sălbăticie. Și aceasta nu este o părere, sunt lucruri trăite de mine, pe care le mărturisesc cu responsabilitate și durere.

Desigur, integrarea europeană se poate discuta și din alt plan, cel al importurilor și exporturilor. În industria cărții nu se prea exportă sau importă produse. Schimbul are loc pe conținut. Pe achiziție și vânzare de drepturi de autor. Aici analiza este simplă, România importă drepturi de autor. Exportul este accidental. Motivele pentru care suntem în această situație, ce s-ar putea face pentru o redresare trebuie discutat într-un cadru separat, subiectul având un grad ridicat de complexitate.

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Mihail Penescu: Nu e ușor să pui un diagnostic. Aș vorbi doar despre primele trei motive care blochează dezvoltarea industriei cărții, în opinia mea. Pe acestea nu le pot ierarhiza, doar le enumăr – lipsa de finanțare a edituri-lor, puterea de cumpărare foarte slabă a publicului și lipsa motivației în a cumpăra și a citi carte. Acestea nu sunt singurele motive. Nu vreau să se creadă că eu consider că editorii nu au nicio vină pentru situația precară în care ne aflăm. În mod sigur și noi greșim în management, în metodele de marketing, poate prea timide, sau vetuste și tot așa.

Lipsa de cash este cea care te frânează evident în dezvoltare. Unde s-ar putea îmbunătăți situația? Cum funcționează acest ciclu în țările europene? Există două pârghii: banca și difuzorii.

Banca, dacă ar înțelege mecanismul de editare și și-ar asuma o parte din risc, așa cum ar fi firesc, ar putea să îți finanțeze tot proiectul și astfel să îți creeze

posibilitatea de a dezvolta mai multe proiecte în paralel, mărind astfel piața. Sau banca ar putea măcar să îți finanțeze costurile tipografice, până la recuperarea acelor bani din piață.

Rolul difuzorilor ar trebui să fie acela de parteneri. În Europa, difuzorii se află în contact cu editura din faza de proiect a cărții, iar tirajul se fixează în funcție de comenzile venite din piață și nu în funcție de o impresie a editorului. La apariția volumului, practic distribuirea acestuia este rezolvată instantaneu, iar difuzorii plătesc marfa primită imediat sau la un termen fix, de circa două luni. După apariția titlului, editura și-a echilibrat fluxul de numerar și se poate concentra pe proiectul următor. Deci, durata ciclului s-a redus la jumătate. În România, difuzorii, deși reține jumătate din încasarea din piață, nu își asumă niciun risc, iar partea lor de investiție este infinit mai redusă. Acest sistem frânează creșterea întregii piețe, deci inclusiv dezvoltarea difuzorilor de carte.

Despre al doilea motiv, legat de puterea scăzută de cumpărare, nu trebuie să argumentez foarte mult. Aș aduce în discuție doar un aspect: prețul cărților. Există percepția că prețul cărților este mare sau chiar nejustificat de mare. Realitatea cifrelor este însă diferită.

În România cărțile sunt mai ieftine decât în restul Europei. Aș estima că sunt mai ieftine cu 20% până la 40%, în funcție de tipul de carte. Majoritatea celorlalte produse sunt la preț european sau mai scumpe, și aș enumera benzina, mașinile, electronicele, mâncarea, uneori și energia electrică. La noi, foarte ieftine sunt cărțile, apa minerală și taxiurile. Prețul redus al cărților, dependent mai ales de costurile tipografice și reflectând foarte puțin costurile editoriale de dezvoltare a conținutului, face imposibilă creșterea pieței editoriale. De aici rezultă și salariile mici din edituri și tarifele scăzute pentru traducători, corectori, redactori, graficieni și nu în ultimul rând valoarea scăzută a drepturilor de autor.

Editura ALL

Autori Români

DIANA CU VANILIE
DIANA SORESCU

02	Iubesc să fiu femeie	Hedi Hoka
03	Consumatorul de suflete	Codin Maticiuc
04	Între acte	Radu Beligan
05	Culori și tradiții în folclorul românesc	Devis Grebu
06	Cum m-am vindecat de nefericire	Gigi Ghinea
07	Colți-Lungi. Uniunea triburilor	Vlad Cuc
08	Rătăciri	Horațiu Mălăele
09	Suntem ce sunt amintirile noastre. O discuție amicală cu Marin Moraru	Maria Capelos
10	Un scriitor, doi scriitori	Alex. Ștefănescu

Editura ALL

Autori Străini

PISICILE RĂZBOINICE
ERIN HUNTER

02	Cartea gesturilor	Joseph Messinger, Caroline Messinger
03	Central Park	Guillome Musso
04	Cum să te îndrăgostești	Cecelia Ahern
05	Cele 7 deprinderi ale persoanelor eficace	Stephen R. Covey
06	Din Liverpool în Carpați	Arabella McIn-tyre-Brown
07	Umbra muntelui	Gregory David Roberts
08	Stabilit în România...	Nigel Shakespear
09	Mâine	Guillome Musso
10	Shantaram	Gregory David Roberts

Motivația lecturii, deși am lăsat-o la urmă, poate fi acel sâmbure de la care pleacă totul. Motivațiile ne vin din interior, dar ele sunt declanșate de factori externi. Se vorbește puțin despre lectură, se vorbește puțin despre cultură, despre știință, despre cunoaștere. Oamenii calificați se bucură foarte rar de respectul societății. Se vorbește mult despre politică, despre succes și bogăție, despre furt și căpătuială. Se înlocuiește valoarea cu notorietatea. Toate aceste subiecte, promovate excesiv, nu stimulează lectura.

Vedem conducători politici, miniștri, parlamentari, formatori de opinie care schingiuiesc limba română și logica cu o naturalețe înduioșătoare. Avem o parte însemnată a populației care nu a citit niciodată o carte. Avem peste 40% din elevii de gimnaziu care nu înțeleg un text. Au rămas la nivelul de percepere a literelor și a cuvintelor. Eu am un papagal care vorbește foarte bine și pot înțelege foarte plastic fenomenul. Nici papagalul meu nu ar trece testele Pisa, deși vorbește. Avem un sistem academic viciat, în care se cumpără și se vând examene, diplome, doctorate, grade universitare ca la piață, cu legătura.

Dacă nu există o motivație permanentă pentru lectură, pentru a fi mai bine pregătit în meseria ta, pentru a fi mai bine informat, pentru a ajunge la plăcerea de a te bucura de o carte bine scrisă, lectura nu se poate transforma în obișnuință, cum este firesc. Societatea românească cu instituțiile ei lasă impresia că duc o campanie programată pentru descurajarea lecturii.

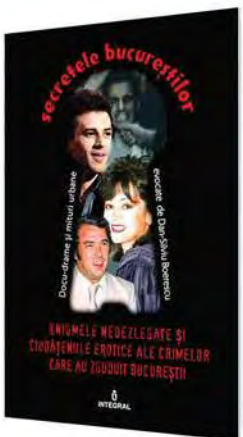
Din superficialitate și nebăgare de seamă, putem să ajungem un popor care își devorează viitorul.

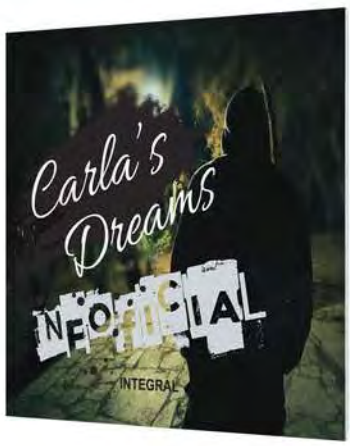
2017

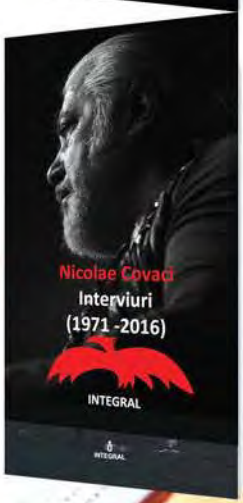
EDITURA INTEGRAL

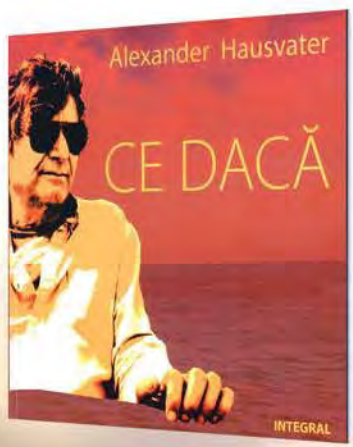
jocul cunoașterii

eintegral.ro









O PIAȚĂ DE CARTE „SUBNUTRITĂ“

Ana Nicolau, directorul general al Editurii Nemira, arată decalajul dintre piața editorială din România și cea din Uniunea Europeană. Acest decalaj nu se va reduce în viitorul apropiat.

Forbes: În ultimii trei ani, România a înregistrat creşteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Ana Nicolau: În ultimii ani, România a înregistrat, într-adevăr, o creştere economică, în unele trimestre cu mult peste media Uniunii Europene. Dar pentru o piaţă de carte ca cea din România, care se situează mult sub media europeană, este nevoie de mult mai mult decât creşterea economică înregistrată la nivel naţional pentru a determina schimbări cu adevărat vizibile în industrie. Iar impactul va fi dificil de cuantificat atâta timp cât în continuare nu există instrumente de măsurare a pieţei de carte şi a evoluţiei sale.

Cu siguranţă, reducerea generală a TVA-ului în 2016, care a generat şi o reducere a TVA-ul pe carte de la 9% la 5% de la 1 ianuarie 2016, a fost o încurajare pentru piaţă. Însă, în lipsa unui complex de măsuri la nivel local şi central, care să vitalizeze industria de carte din România, nu pot să văd cum aceste performanţe macroeconomice se vor traduce într-o creştere a industriei pe termen mediu şi lung.

Este vorba de măsuri absolut vitale precum sprijinirea deschiderii de noi librării în teritoriu, definirea şi implementarea unei strategii naţionale de încurajare a lecturii în rândul copiilor şi tinerilor sau creşterea bugetelor bibliotecilor pentru înnoirea fondului de carte şi modernizare.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la pieţele europene?

Ana Nicolau: Piaţa de carte europeană este cea mai mare industrie culturală din Europa, estimată la 36-40 miliarde de euro pe an (conform unui studiu realizat de Federaţia Europeană a Editorilor lansat în martie 2017). Din top 10 conglomerate editoriale la nivel internaţional, şase dintre ele sunt entităţi înregistrate în ţări UE. Editorii europeni angajează aproape 150.000 de oameni la nivelul Uniunii, iar dacă luăm în calcul întregul lanţ al industriei (librari, traducători, scriitori, ilustratori, etc.), vorbim de aproape 600.000 - 700.000 de locuri de muncă.

Piaţa noastră de carte este estimată la 60 de milioane de euro, 100 de milioane dacă includem şi piaţa manualelor. Prin comparaţie cu alte ţări europene, suntem pe ultimul loc în Europa la dimensiune

Cătălina Flămînzeanu

a pieţei şi la numărul de cărţi noi publicate anual raportat la numărul locuitorilor, la numărul oamenilor care au citit măcar o carte în ultimul an raportat la numărul locuitorilor (29,6% faţă de media 62% la nivel european în 2011) şi la numărul oamenilor care au citit mai mult de 10 cărţi (2,8% faţă de media 15,6% la nivel european în 2011) în ultimul an pe segmentul de vârstă 25-64 de ani. La aceste categorii stăm mai prost chiar decât Bulgaria, dacă vreţi să luăm ca termen de comparaţie o ţară intrată în Uniunea Europeană în acelaşi timp cu noi. Dacă ne uităm la aceste cifre putem trage concluzia că piaţa de carte românească este subnutrită faţă de nivelul industriei europene, iar semne că această situaţie se va schimba în curând nu se văd.

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieţei editoriale din România?

Ana Nicolau: Blocajele sunt aceleaşi de mult timp şi de naturi diferite: un sistem de distribuţie slab dezvoltat în teritoriu, care nu asigură o difuzare eficientă a producţiei, reducerile agresive din online care hrănesc această situaţie şi duc la închiderea librăriilor fizice, lipsa de educaţie şi rata analfabetismului funcţional care a crescut mult peste media europeană, pirateria online care vine la pachet cu scăderea nivelului educaţiei şi care a dus la reducerea tirajelor editorilor şi deci la cheltuieli mai mari de producţie.

În continuare, cred că este foarte dificil să elaborezi şi să implementezi o strategie naţională pe termen lung pentru dezvoltarea pieţei editoriale atunci când Ministerul Culturii a avut 6 conduceri diferite în ultimii 3 ani. Iar ultima achiziţie de carte pentru biblioteci efectuată de Ministerul Culturii în cadrul „Programului Naţional pentru Achiziţia de Cărţi şi Abonamente la Reviste din categoria Culturii Scrise" a fost finalizată în 2014 după anunţul iniţial publicat în 2011.

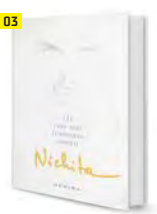
Această instabilitate politică a afectat şi afectează piaţa de carte făcând dificilă existenţa unui dialog şi a unui parteneriat între industrie şi Guvern. În acelaşi timp au existat iniţiativele legislative venite din partea statului (şi mă refer acum mai ales la propunerea privind instituirea unui timbru pe carte) care dovedesc o necunoaştere gravă a nevoilor pieţei de carte.

Editura Nemira

Autori Români

320 DE PISICI NEGRE
RODICA OJOG-BRAȘOVEANU
7.591 exemplare

O TOALETĂ À LA LIZ TAYLOR
RODICA OJOG-BRAȘOVEANU
6.989 exemplare



111 CELE MAI FRUMOASE POEZII
NICHITA STĂNESCU
4.325 exemplare

04	Bună seara Melania	Rodica Ojog-Brașoveanu	4.290 exemplare
05	Bronto, un dinozaur neastâmpărat	Valentin Nicolau	2.226 exemplare
06	111 cele mai frumoase poezii de dragoste din literatura română	Marius Chivu, Radu Vancu	2.751 exemplare
07	Anonima de miercuri	Rodica Ojog-Brașoveanu	2.220 exemplare
08	Lumea după Google	Alexandru Mironov	2.185 exemplare
09	111 cele mai frumoase poezii	Emil Brumaru	2.130 exemplare
10	Arhanghelul Raul	Ovidiu Eftimie	2.040 exemplare

Editura Nemira

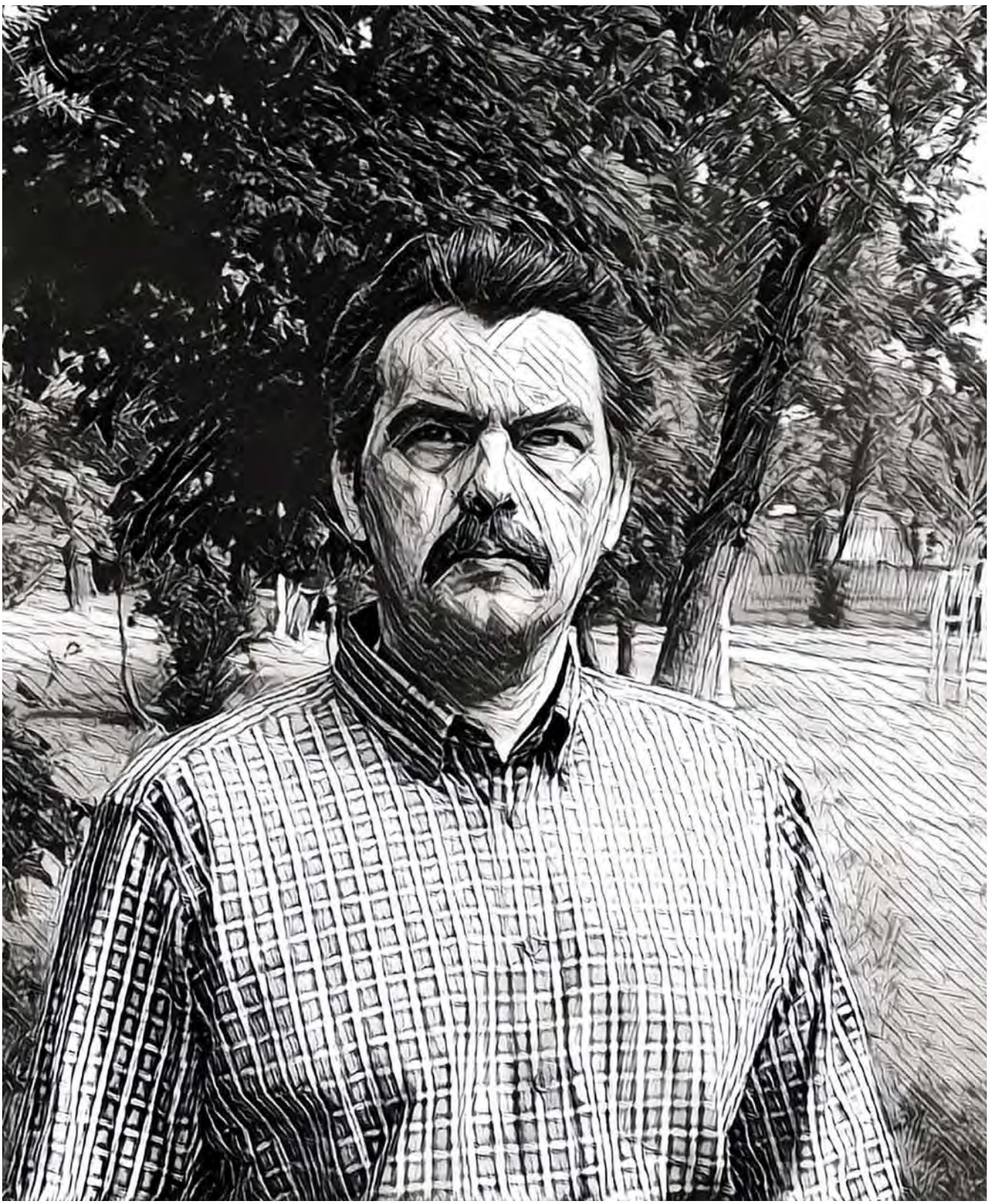
Autori Străini

CAMARAZI DE FRONT
SVEN HASSEL
14.250 exemplare

GENERAL SS
SVEN HASSEL
13.190 exemplare

URZEALA TRONURILOR
GEORGE R.R. MARTIN
8.391 exemplare

04	Delirium	Lauren Olivier	6.220 exemplare
05	Cavalerul celor șapte regate	George R.R. Martin	5.990 exemplare
06	Eleganța aricilului	Muriel Barbery	5.751 exemplare
07	Bufnița care se temea de întuneric	Jill Tomlinson	4.176 exemplare
08	Un băiat numit Crăciun	Matt Haig	4.130 exemplare
09	Cu ultima suflare	Paul Kalanithi	3.692 exemplare
10	Doctor Sleep	Stephen King	3.185 exemplare



TOT MAI PUȚINI CITITORI

Viorel Zaicu, manager editorial la Editura Paralela 45, constată un paradox: numărul cititorilor a scăzut pe fondul creșterii numărului absolvenților de studii superioare.

Forbes: În ultimii trei ani, România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Viorel Zaicu: Cred că e greu de făcut o legătură directă. Mi se pare că piața editorială de la noi înregistrează creșteri doar în regim accidental.

Pe de altă parte, nu cred că piața cărții depinde de creșterea economică, ci de puterea de cumpărare, cu care în niciun caz nu ne putem lăuda, și, din păcate, de o sumă de factori care nu au nicio legătură cu economia. Bunăoară, de nivelul de educație. Avem tot mai multe diplome de studii superioare și tot mai puțini cititori.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Viorel Zaicu: Mi se pare că stăm la fel ca la mai toate celelalte capitole. Câteva date sunt suficiente pentru a ne da seama cât suntem de conectați.

Cunosc un scriitor ceh care își publică romanele într-un prim tiraj de 100.000 de exemplare. Mai știu două autoare poloneze care depășesc pragul de 1.000.000 de cărți vândute în fiecare an. Apoi, gândiți-vă că, deși are un specific național clar, piața editorială este, la fel ca a comunicațiilor și ca atâtea altele, destul de concentrată economic. Editorii independenți se împuținează de la an la an. Bunăoară, gigantul suedez Bonnier deține edituri în 15 țări, printre care Germania și Australia. Și niciuna dintre ele nu este „de apartament". Marii editori din spațiul anglo-saxon au atacat în ultimii ani piața de carte din China, care crește ca Făt-Frumos. HarperCollins are vreo șase sau șapte sucursale europene, dintre care una e poloneză.

Din câte știu eu, până la ora asta nicio editură importantă din România și nici piața în general nu a fost „atacată" de astfel de „rechini".

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Viorel Zaicu: Vechile probleme. Nu cred că s-a adăugat vreuna în ultimii ani care să poată fi pusă pe seama unor defecțiuni din interiorul sistemului. Ba dimpotrivă, TVA-ul pentru carte a scăzut.

S-ar putea spune și că librăriile încep să se așeze mai bine pe poziții, deși sunt foarte puține. Numărul librăriilor de astăzi din România este mai mic decât cel al librăriilor din Oslo (oraș care oficial are ceva mai mult de o jumătate de milion de locuitori), iar cifra lor de afaceri însumată este mult mai mică decât cifra de afaceri a celor două librării „Casa cărții" din Moscova.

Editura Paralela 45

Autori Români

ISTORIA LITERATURII ROMÂNE PE ÎNȚELESUL CELOR CARE CITESC
NICOLAE MANOLESCU

02	Istoria critică a literaturii române	Nicolae Manolescu
03	Paradigme universale	Solomon Marcus
04	Nedisihasmul	Vasile Andru
05	Basme românești, vol. I (ediție bilingvă)	Ion Creangă, Petre Ispirescu
06	Strategia de a moșteni nebuni cinstiți sau ridicarea la putere	Călin Vlasie
07	Psihoterapie isihastă	Vasile Andru
08	Tratament fabulatoriu, Opere vol. IV	Mircea Nedelciu
09	Începuturile poeziei postmoderne	Ion Bogdan Lefter
10	Opera poetică	Ioan Es. Pop

Editura Paralela 45

Autori Străini

JURNALUL MEU TRĂSNIT
KERI SMITH

02	Dinozaurii vin spre seară	Mary Pope Osborne
03	Cum să trăim 150 de ani	Mihail Tombak
04	Aikido psihologic	Mihail Litvak
05	Cele șapte legi spirituale pentru părinți	Deepak Chopra
06	Controlul minții	Haha Lung
07	Frumusețea	Anselm Grün
08	Copilul independent sau cum să fii o mamă „leneșă"	Anna Bikova
09	Cavalerul misterios	Mary Pope Osborne
10	642 de exerciții de scriere creativă pentru copii între 8 și 12 ani	

Notă: Editura Paralela 45 nu a comunicat exemplarele vândute, ci doar ierarhiile.

ECONOMIA ARE NEVOIE DE CULTURĂ

Irén Arsene Máté, director general la Curtea Veche Publishing, atrage atenția că, în ciuda eforturilor depuse de editori, industria românească de carte stagnează. Cultura și educația generează creștere economică.

Forbes: În ultimii trei ani, România a înregistrat creşteri economice. În ce măsură aceste performanţe macroeconomice au influenţat piaţa editorială din România?
Irén Arsene: Creşterea economică nu a influenţat deloc piaţa editorială. De fapt, criza din 2008 şi recesiunea care i-a urmat nu au afectat piaţa editorială în aceeaşi măsură în care au afectat alte domenii. Dată fiind permanenta situaţie critică a editurilor, a pieţei de carte şi, de ce nu, a culturii în general, acestea sunt, vrând–nevrând, industrii mai suple, care nu o duc niciodată bine, nici măcar în perioadele de creştere economică. Le este mai uşor să treacă prin crize, doar pentru că sunt într-o criză permanentă.

Piaţa editorială nu a fost influenţată în mod direct de această creştere economică. E cert însă că o bună situaţie a pieţei de carte, a lecturii, ar influenţa în mod direct creşterea economică. Ar trebui schimbată percepţia obişnuită a relaţiei dintre economie şi cultură, educaţie, lectură, piaţa de carte. Vedem prea mult cultura ca pe o cenuşăreasă a economiei, care primeşte şi ea acolo câteva firimituri din PIB. Nu ar strica să privim lucrurile şi din

direcţia opusă. O dezvoltare economică durabilă nu poate fi bazată decât pe carte, pe lectură şi pe educaţie. Faptul că aproape jumătate dintre copiii ţării, cei din mediul rural, nu au acces la carte, nu au acces la o educaţie de calitate, nu poate să folosească economiei româneşti.

Economia are nevoie de cultură, de carte, de citit, de educaţie – nu există economie dezvoltată în Europa care să nu aibă o piaţa editorială pe măsură. Ar trebui să înţelegem, înainte de a fi prea târziu, că nu ne putem dezvolta, nu putem avea nici creştere economică, nici creştere a calităţii vieţii, dacă nu facem ceva în acest sens.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piaţa editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor şi a businessului, la pieţele europene?

Irén Arsene: Singura noastră legătură directă cu pieţele editoriale europene este Federaţia Editorilor din România, afiliată Federaţiei Editorilor din Europa. Avem astfel acces la informaţii, ştim ce fac alte edituri europene, ştim cât se citeşte în ţările UE, ştim cu cine ne comparăm.

Din păcate, însă, asta nu ne ajută să depăşim disfuncţionalităţile pieţei româneşti de carte. Nu suntem mai bine promovaţi, nu citim mai mult, nu scriem mai mult, nu formăm scriitori, nu formăm povestitori, nu formăm oameni care să se facă înţeleşi de un public larg. Putem doar să ne mirăm de distanţa care ne desparte de celelalte ţări europene, când descoperim că suntem în coada tuturor clasamentelor şi a statisticilor posibile. Chiar dacă sunt traduse şi ajung în alte ţări europene, cărţile autorilor români nu reuşesc să producă dezbateri în culturile respective şi rămân lipsite de orice impact. Avem un raport foarte prost între producţia autohtonă şi traduceri, nu există destui autori români, nu există suficientă carte românească care să poată fi promovată. Există cărţi bune, dar o editură nu poate funcţiona bine dacă se bazează doar pe câţiva autori, pe câteva opere de calitate. E nevoie de o producţie constantă de cărţi bune.

Editura Curtea Veche

Autori Români

01 PAS CU PAS
KLAUS IOHANNIS

02	Flash-uri din sens opus	Marian Godină
03	Cea mai frumoasă poveste	Adrian Ciorodianu
04	ABC de nutriție	Mihaela Bilic
05	Jamila Cuisine	Geanina Staicu-Avram
06	Filozofia sexului	Radu F. Constantinescu
07	Rețete vegane fără foc	Ligia Pop
08	Carte regală de bucate	Principesa Margareta a României
09	Primul pas	Klaus Iohannis
10	Pe trecerea timpului	Emil Hurezeanu

Editura Curtea Veche

Autori Străini

01 SECRETELE SUCCESULUI
DALE CARNEGIE

02	Puterea prezentului	Eckhart Tolle
03	Inteligența emoțională	Daniel Goleman
04	Cele cinci limbaje ale iubirii	Gary Chapman
05	Atitudinea este totul	Jeff Keller
06	Tată bogat, tată sărac	Robert T. Kiyosaki
07	De la idee, la bani	Napoleon Hill
08	Un pământ nou	Eckhart Tolle
09	Forța gândirii pozitive	Norman Vincent Peale
10	Puterea magică a gândului	David J. Schwartz

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieţei editoriale din România?

Irén Arsene: Nu ştiu dacă putem identifica anumite blocaje noi. E suficient însă că nu s-a schimbat nimic din veşnica stare proastă a pieţei editoriale. Într-o mare parte a ţării, în mediul rural, dar şi în micile oraşe, uneori chiar în judeţe întregi, nu există librării.

Aşa cum nu există librării, nu există nici interes pentru cultură, pentru educaţie, pentru carte şi nu există nicio preocupare din partea guvernanţilor pentru a schimba această situaţie.

Au existat câteva măsuri bune, dar minore. A contat reducerea TVA pentru carte de la 9% la 5%, dar TVA-ul pentru carte ar trebui redus la 0. Au contat şi cei 100 euro daţi profesorilor pentru cărţi, dar nici măcar aceştia nu mai există. Sistemul de educaţie, şcolile, profesorii, cei care ar trebui să aibă un rol esenţial în această problemă, nu sunt suficient de bine pregătiţi sau nu îşi fac, nici ei, datoria. Ştim cu toţii cât de prost ieşim, de fiecare dată, la testele PISA. Funcţionăm, astfel, de prea mult timp într-un cadru total nepotrivit. De aceea, în ciuda tuturor eforturilor depuse de edituri, industria românească de carte stagnează. Ritmul producţiei de carte este foarte fragmentat, sunt perioade lungi în care nu apare nimic, timpii de aşteptare sunt mult prea lungi. Piaţa românească de carte nu a atins niciodată cifra de 100 de milioane de euro, o cifră aproape ridicolă, şi e greu de crezut că o să depăşească acest prag critic în curând.

Notă: Editura Curtea Veche nu a comunicat exemplarele vândute, ci doar ierarhiile.

CAMPANII DE PROMOVARE A LECTURII

Marin Vidrașcu, director executiv la Editura Litera, vorbește despre unul dintre obiectivele importante ale instituției pe care o conduce: promovarea lecturii.

Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Marin Vidrașcu: Această creștere despre care amintiți a influențat într-o oarecare măsură piața editorială din România. Însă, pentru ca o performanță macroeconomică generală să influențeze semnificativ o piață specifică, este nevoie și de un impuls legislativ. În cazul pieței de carte, este nevoie de politici la nivel național care să promoveze lectura, gestionate de o serie de organizații (de stat sau private) cum ar fi bibliotecile școlare, organizațiile neguvernamentale, societățile de caritate și editurile.

La Litera, promovarea lecturii este unul dintre obiectivele principale. De ani de zile organizăm campanii de încurajare a cititului; unele au ajuns deja să capete tradiție, cum ar fi „Noaptea Cărților Deschise", cu ocazia Zilei Internaționale a Cărții (23 aprilie), a cărei a cincea ediție tocmai s-a încheiat și care s-a bucurat – ca în fiecare an – de un mare succes. În cadrul acestui proiect, anul acesta, am organizat în Parcul Colțea de la Universitate cel mai mare schimb de cărți. Am invitat cititorii să dăruiască o carte din biblioteca lor și le-am oferit în schimb una nouă de la Litera. În numai câteva ore, prin generozitatea cititorilor care au răspuns invitației noastre, am reușit să strângem peste 8.000 de volume care au ajuns la biblioteci școlare și județene aflate în mare nevoie de carte.

Anul trecut, am demarat și un proiect național de stimulare a lecturii în rândul elevilor de școală primară și gimnazială. Este vorba de Clubul de carte „Printre litere" care, prin structura lui foarte prietenoasă, dar riguros întocmită, își propune să insufle copiilor pasiunea pentru citit. În fiecare lună, oferim copiilor și profesorilor un catalog cu o ofertă de carte selectată de către specialiști în domeniul lecturii. Copiii sunt încântați să facă parte din acest club.

„Liniște, copiii citesc", „Micul librar", „Editura lui Moș Crăciun", „Zilele literaturii norvegiene", „Iubim să citim" sunt alte câteva campanii pe care Litera le organizează în fiecare an cu scopul de a aduce cărțile în casele oamenilor și lectura în preocupările lor zilnice.

Închei această paranteză și am să vă spun că este greu să măsurăm impactul campaniilor noastre la nivel global, cum și cât s-au concretizat într-un act economic. Nu știu să vă spun câți oameni am reușit să convingem să citească sau câți oameni citesc mai mult. Știu doar că de la an la an sunt din ce în ce mai

mulți participanți. Până la urmă, entuziasmul este și el un indicator statistic, poate cel mai important, pentru că generează calitate actului cultural.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Marin Vidrașcu: Nu mai este un secret faptul că România se află pe ultimele locuri în Europa în ceea ce privește consumul de carte, că avem o piață măsurată la doar 60 milioane de euro, iar un român cheltuiește, în medie, pentru cărți, numai 5 euro într-un an.

Ca această situație să se schimbe este nevoie, după cum am spus, de politici la nivel guvernamental pe termen lung. O serie de țări europene (Belgia, Spania, Franța, Lituania, Ungaria, Portugalia, Norvegia) au adoptat strategii specifice, programe sau planuri pentru îmbunătățirea nivelurilor de performanță a lecturii. Guvernele naționale aprobă aceste proiecte și alocă fonduri pentru implementarea lor. La noi aceste lucruri sunt în formă de proiect sau au încă manifestări timide.

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Marin Vidrașcu: O mare problemă cu care se confruntă piața de carte din România este sistemul de distribuție a cărților.

Litera are o producție editorială bogată - aproape 700 de titluri pe an - și nu este ușor să distribuim cărțile, să le facem să ajungă la cititori. În momentul de față, la noi în țară sunt în jur de 300 de librării, foarte puțin, mai ales dacă ne comparăm cu alte țări europene. (În Germania există în prezent 6.000 de librării!)

Pentru a ne distribui cărțile, am ales să facem distribuție în marile lanțuri de supermarketuri și hipermarketuri, în zona online și am investit și într-o rețea proprie de 20 de bookstopuri, minilibrării localizate în incintele principalelor centre comerciale din București și din țară.

Altă strategie care s-a dovedit favorabilă a fost mixul de marketing și vânzare: canale alternative de vânzare, marketing creativ care a crescut interesul și, implicit, cererea pentru cărțile noastre.

Editura Litera

Autori Români

01 **PRÂSLEA CEL VOINIC ȘI MERELE DE AUR**
PETRE ISPIRESCU
12.800 exemplare

02 **DOI FEȚI CU STEA ÎN FRUNTE**
IOAN SLAVICI
8.000 exemplare

03 **CÂND STĂPÂNUL NU-I ACASĂ**
EMIL GÂRLEANU
8.000 exemplare

04	Cățelușul șchiop	Elena Farago	8.000 exemplare
05	Otlia Cazimir	A înflorit o păpădie	8.000 exemplare
06	Călin file din poveste	Mihai Eminescu	6.000 exemplare
07	Mari povestitori români, cele mai frumoase povești	-	4.300 exemplare
08	Amintiri din copilărie	Ion Creangă	2.000 exemplare
09	Fiind băiet păduri cutreieram, ex.	Mihai Eminescu	2.500 exemplare
10	Vizită	I.L. Caragiale	2.000 exemplare

Editura Litera

Autori Străini

01 **ÎNAINTE SĂ TE CUNOSC**
JOJO MOYES
42.200 exemplare

02 **52 DE WEEKENDURI DE VIS**
ELENA LURAGHI, CINZIA RANDO
23.000 exemplare

03 **GRĂDINA SECRETĂ. CARTE DE COLORAT ȘI ACTIVITĂȚI ANTISTRES**
JOAHANNA BASFORD
21.700 exemplare

04	După ce te-am pierdut	Jojo Moyes	21.000 exemplare
05	Iepurașul care voia să adoarmă	Carl-Johan Forssen	20.000 exemplare
06	Pădurea fermecată. Carte de colorat și activități antistres	Joahanna Basford	20.000 exemplare
07	Labirintul. Încercările focului	James Dashner	13.300 exemplare
08	Dragă viață	Alice Munro	12.200 exemplare
09	Fugara	Alice Munro	11.000 exemplare
10	Fascinația	Sylvia Day	8.000 exemplare

EDITORII SUNT PIONIERII GLOBALIZĂRII

Editorii români sunt conectați la marile târguri de carte din lume, iar piața internațională „curge" spre România, subliniază Denisa Comănescu, director general la Editura Humanitas Fiction.

Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Denisa Comănescu: Paradoxal, creșterea economică, generată de cererea internă, deci de mărirea consumului, nu a atras diminuarea ratei sărăciei, ba dimpotrivă, aceasta e în creștere și ea, după datele KeysFin.

Aceeași evoluție pe un trend crescător a economiei nu a stimulat creșterea pieței de carte. A devenit un loc comun, de cinci ani încoace, estimarea aproximativă a pieței de carte din România la 60 de milioane de euro (fără manualele școlare). O piață stagnantă.

Comparația cea mai frecventă se face cu piața de carte din Ungaria (de circa 123 de milioane de euro). Din toate sondajele și studiile de piață, de la UE sau de mai aproape, România e codașă la lectură: și la o carte citită pe an, și la zece, și la suma pe care o cheltuiește un cetățean, în medie, pe cărți într-un an (patru euro și ceva).Vecinii noștrii bulgari ne-au luat-o înainte.

Piața editorială depinde de numărul de cumpărători (care își achiziționează cărți pentru uzul propriu sau pentru cadouri) și de cel al cititorilor de carte. Dar câți cititori de carte avem? Nu sunt statistici relevante. Se vehiculează cifra de 1,2 milioane. Între creșterea consumului și o potențială creștere a pieței de carte nu este o legătură directă, imediată. Consumatorul român are un comportament cel puțin ciudat. Investește mult – pe lângă coșul alimentar prioritar – în bunuri de imagine (haine, gadgeturi, mașini, turism extern etc.). Exercițiul lecturii nu-i este la îndemână. Nu e de mirare că 42% dintre români sunt analfabeți funcționali, incapabili de a presta munci calificate.

Numai creșterea interesului pentru carte stimulează dezvoltarea pieței editoriale. Or, acesta este un proces de durată, care ține de triada educație – bibliotecă – librărie și decurge din implementarea unor politici educațional-culturale și fiscale coerente pe termen lung. Care, din păcate, nici măcar nu se întrezăresc la orizont.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Cosmin Băluță

Denisa Comănescu: Editorii au fost pionierii globalizării și sunt promotorii activi ai interconectării culturale. În 1990, când libera circulație peste hotare abia începea la noi, era o plăcere să vezi câți editori români vizitau și făceau afaceri la Târgul Internațional de Carte de la Frankfurt.

Acum, diversitatea de ofertă de carte din librăriile occidentale e aproape aceeași cu cea din România. Importul de cultură fucționează bine – același roman de Amos Oz, simultan cu publicarea originalului la Tel Aviv, apare în traducere atât la Londra, cât și la București. Sau romanul premiat cu Pulitzer în aprilie 2017, „Underground Railroad" de Colson Whitehead, iese de sub tipar la București la ediția din noiembrie 2017 a Târgului de Carte Gaudeamus.

Editorii români sunt branșați la marile târguri de carte din lume, iar piața internațională „curge" spre România. Din ce în ce mai mulți autori străini vin la București și în alte mari orașe, precum Cluj, Iași, Timișoara, să-și lanseze cărțile în versiune românească, să ia parte la festivaluri sau târguri, iar conferințele unor autori de primă mărime strâng sute bune de oameni.

De asemenea, online-ul, un alt instrument al globalizării, se dezvoltă, având canalele sale alternative de producere de carte (e-book-uri) și de vânzare. E-comerțul de carte câștigă din ce în ce mai mult teren, mai ales datorită faptului că se practică, în cadrul lui, discounturi foarte atractive pentru cumpărători (spre deosebire de rețelele de librării care nu și le pot permite).

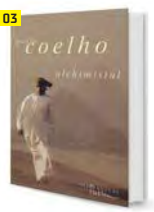
Problema autorilor români traduși și vânduți pe piețele străine de carte e tot spinoasă, deși s-au câștigat puncte însemnate la bursa valorilor libere. Prin programele de subvenționare inițiate și dezvoltate de Institutul Cultural Român din perioada președinției lui Horia Roman Patapievici, peste 150 de scriitori români (până în prezent) au fost traduși preponderent în limbi de largă circulație, dar și în alte limbi europene. Dintre aceștia, s-au impus destul de puțini, cel mai cunoscut fiind Mircea Cărtărescu. Primul nostru boom literar în străinătate a fost în 2005, când România a fost invitata festivalului Les Belles Étrangères organizat de CNL din Paris. Au urmat târguri internaționale de anvergură la care România a fost țară invitată de onoare. În 2018, va fi la Târgul de la Leipzig.

Humanitas Ficton

Autori Străini

ADULTER
PAULO COELHO
59.943 exemplare

SPIOANA
PAULO COELHO
38.300 exemplare



ALCHIMISTUL (ED.LUX)
PAULO COELHO
29.272 exemplare

04	Laur	Evgheni Vodolazkin	21.062 exemplare
05	Oscar și Tanti Roz	Eric-Emmanuel Schmitt	20.489 exemplare
06	Împăratul muștelor	William Golding	16.964 exemplare
07	Cea mai frumoasă carte din lume	Eric-Emmanuel Schmitt	16.229 exemplare
08	Supunere	Michel Houellebecq	16.097 exemplare
09	Minciuni pe canapea	Irvin D. Yalom	13.827 exemplare
10	Femeia în fața oglinzii	Eric-Emmanuel Schmitt	12.927 exemplare

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România (2014 - 2016)?

Denisa Comănescu: Consumatorii de carte determină mărimea pieței. La noi, crește consumul în general, dar consumul de carte stagnează sau scade. Un studiu avansa cifra de 260 de librării existente. Peste o treime din numărul acestora se află în București. Există orașe fără librării. Poți cutreiera zone ample din țară fără să zărești cotor de carte. E-comerțul nu reușește să suplinească dispariția unor librării.

Actul educațional are carențe care tot cresc, din multiple cauze. Mulți profesori predau în dorul lelii, într-un mod vetust și neatractiv. În familie, copiii nu găsesc îndrumare spre citit. Exercițiul lecturii se deprinde în timp, și se începe din copilărie, pentru a deveni o parte necesară a vieții cotidiene.

Statul nu are politici coerente nici în domeniul educațional, nici în cel cultural, nici în cel fiscal legat de primele două. Din jale se întrupează bibliotecile (au dispărut din mediul rural!), neavând dotări corespunzătoare. În „Aleph", Borges își imaginează paradisul ca pe o imensă bibliotecă. Ce fel de paradis ar fi dacă ar arăta ca o bibliotecă dintr-o urbe românească?

DIGITALUL DĂUNEAZĂ (GRAV) LECTURII

Dezinteresul pentru lectură, apetența exagerată pentru online și TV și politicile educaționale precare sunt factori care erodează industria cărții, declară Luiza Penescu, director al Grupului Editorial Corint.

Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Luiza Penescu: Orice variații de natură economică influențează piața, deci implicit vânzările; creșterile economice determină sporirea consumului, a achizițiilor de orice natură și implicit cartea, privită ca un produs comercial, se supune acelorași reguli. Așadar, plusul economic din România ultimilor trei ani a determinat o creștere a vânzărilor de carte, o creștere nu atât de spectaculoasă ca dimensiune valorică, ci mai ales definită de o anumită constanță de creștere, de la un an la altul.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Luiza Penescu: Piața cărții din România evoluează în dinamici sincrone sau diferite în raport cu piețele europene de carte, astfel:

• Din punct de vedere strict editorial, se poate spune că rezonăm cu ceea ce se traduce și publică în U.E., multe titluri fiind tipărite și în România la scurt timp după lansările primelor ediții.

• Din punct de vedere al comercializării și vânzării cărții trăim într-un univers paralel, procedurile după care se vând cărțile, spațiile destinate expunerii și vânzării, promovarea propriu-zisă a cărților, lipsită de susținere prin diferite strategii publice ori guvernamentale, timpul de recuperare a investiției, dilletantismului unor distribuitori de carte sunt factori cumulativi care contribuie la crearea unui ecart substanțial între noi și țările U.E.

• Privită ca business, industria cărții din România este departe de media europeană. Avem o piață editorială estimată, din punct de vedere al cifrei de afaceri, la circa 100 milioane de euro. Ungaria, de exemplu, cu o populație de aproximativ jumătate din populația României, are o cifră de afaceri de peste 300 milioane de euro! Ce să mai vorbim de Germania, cu o cifră de afaceri de circa 100 de ori mai mare, la o populație de doar patru ori mai mare decât a noastră!

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Luiza Penescu: Salariul mediu scăzut al românilor și implicit puterea redusă de cumpărare, dezinteresul pentru lectură în contrapartidă cu apetența exagerată pentru mediul online și TV, politicile guvernamentale educaționale și culturale precare sunt factori care erodează industria cărții din România.

Grupului Editorial Corint

Autori Români

IAȘII DE ODINIOARĂ
RUDOLF SUȚU

02	Un cântec de lebădă	Filip Lucian Iorga
03	Viva Regina Maria!	Diana Mandache
04	Întâmplări din irealitatea imediată. Inimi cicatrizate	Max Blecher
05	Mesele de odinioară	Ana Iorga, Filip Lucian Iorga
06	Mafia arabă în România	Marius Oprea
07	Duduia. Scrisori din exil ale Elenei Lupescu	Diana Mandache
08	De la S.S.I. la S.I.E.	Florian Banu
09	Primele mele versuri, poezii și cântecele	Culegere de poezii și cântecele
10	Paradisul lui Mimi și Tibi	Ioan Antoci

Grupului Editorial Corint

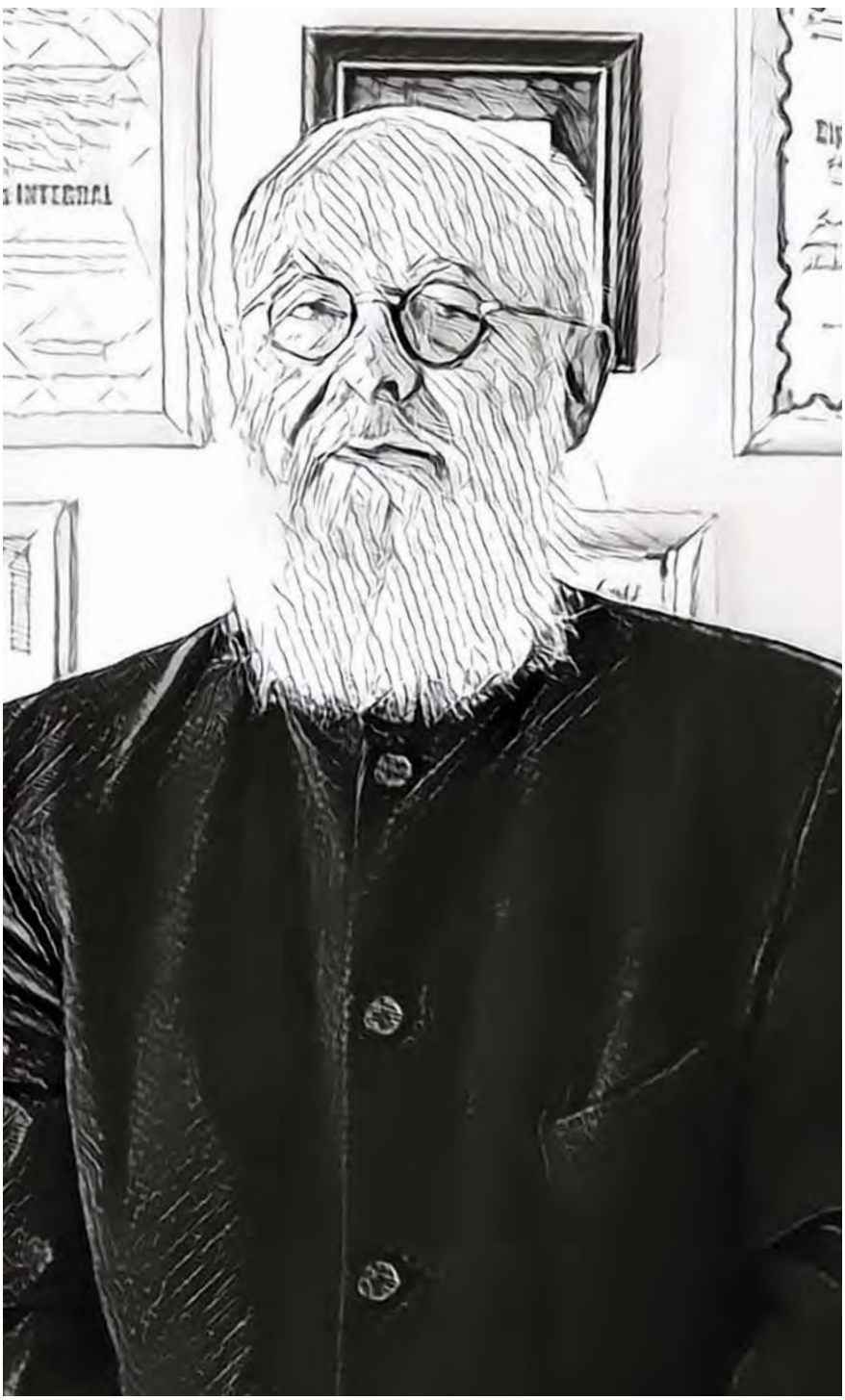
Autori Străini

DIVERGENT (TOATĂ SERIA)
VERONICA ROTH

02	Dispozitive infernale (serie)	Cassandra Clare
03	Instrumente mortale (serie)	Cassandra Clare
04	Dezastrul de la Cernobîl	Svetlana Aleksievici
05	Destin în bătaia vântului	Evghenia Ghinzburg
06	Ocna, ce binecuvantare!	Evghenia Ghinzburg
07	Putin. Biografia interzisă	Stanislav Belkovsky
08	Regele Carol al României. Povestea unei vieți	Mite Kremnitz
09	ISIS. Negustorii de oameni	Loretta Napoleoni
10	365 de întrebări si răspunsuri pentru a înțelege lumea	Joan Sole

CARTEA, UN OBIECT DE MUZEU

Costel Postolache, director general al Editurii Integral, consideră că producția de carte este mai mult un hobby al unor pasionați, decât o industrie cu vizibilitate la nivel macroeconomic.



Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Costel Postolache: Industria editorială din România este un sector microeconomic fără conexiune cu tendințele macroeconomice. Pe fondul unui declin pe termen lung al consumului de carte în format tradițional, producția de carte stagnează de mulți ani la un nivel care este nesemnificativ valoric în contextul economiei naționale. Chiar și cei mai mari jucători ai pieței de carte din România, firme cu tradiție de un sfert de secol sau mai mult, au cifre de afaceri minore în comparație cu cele din industriile de consum. În acest context, ca în toate statisticile pe cifre mici, concluziile sunt nerelevante. Producția de carte este mai mult un hobby al unor pasionați, decât o industrie cu vizibilitate la nivel macroeconomic.

Editura Integral a reușit să transforme acest hobby într-un proiect de business editorial semnificativ. Ceea ce a fost vreme de 17 ani „un violon d'Ingres" al unui „one man show" a devenit un reper editorial de top. În trei ani de activitate comercială, Integral a pornit de la zero și a ajuns deja un EMM (editură mică și

mijlocie) foarte vizibil, cu perspective temeinice de a ajunge în Top 10 până la sfârșitul anului următor.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Costel Postolache: Singura conexiune derivă din faptul că România este o piață bună pentru bestsellerurile editoriale internaționale și pentru produsele de marketing editorial conexate cu blockbusterele din industriile audiovizuale din lume.

În România, deși ebook-urile au fost lansate în format comercial acum 7 ani (se întâmpla că eram director la Nemira în 2010 și am coordonat direct producția și lansarea pe piață a primului ebook din România, cu câteva luni înaintea oricărui alt concurent), acest format de carte nu a reușit să-și creeze un canal de vânzări suficient de puternic încât să contribuie cu mai mult de câteva procente la cifra de afacere a editurilor (puține) care au intrat pe acest segment.

Editurile din România sunt importatoare de copyright-uri, iar cazurile de export comercial de copyright-uri originale se numără pe degete.

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne care au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România (2014 - 2016)?

Costel Postolache: E bine zis „blocajele interne". Pentru că este vorba, în primul rând, de blocajele interne ale editurilor. E vorba de blocaje comerciale, determinate de lipsa de resurse, și de blocaje conceptuale, de „încremenirea în proiect", parafrazându-l pe reputatul om de cultură Gabriel Liiceanu.

Blocajele comerciale provind din lipsa lichidităților în operațiunile comerciale și a disponibilităților pentru investiții. Operatorii români s-au dezvoltat din aproape în aproape, din resurse proprii, generate de o industrie care nu este un cash-cow, are marje de profit foarte modeste, și nu au reușit să crească suficient de mult încât să devină entități semnificative din punct de vedere economic. Niciun editor român nu a reușit să depășească condiția de jucător local și să devină vizibil ca operator regional sau continental/global. Cunosc un singur caz de editură care a reușit să atragă, în condiții specifice, un fond de investiții, dar și în acest caz, anvergura proiectului nu a depășit specificul local, chiar dacă producțiile sunt, în cea mai mare parte, concepute și executate altundeva, în lume.

Producția editorială de carte este singura industrie în care marii jucători internaționali nu au venit în România. Singurul pe care îl știam, Egmont, a plecat acum puțină vreme. În aceste condiții, într-o industrie cu o atractivitate scăzută din cauza marjei scăzute de profit și a cotei ridicate de risc, nici posibilii investitori locali nu s-au îngrămădit să intre sau dezvolte afaceri în această zonă.

Mai important de atât este blocajul conceptual al editorilor români. Majoritatea lor continuă să facă și să vândă cărțile ca acum 20 de ani. Faptul că hârtia este mai lucioasă, ori legătoria mai spectaculoasă, nu schimbă datele problemei. Fără inovație, cărțile vor deveni obiect de muzeu, ca papirusurile. La fel și editurile care nu înțeleg că publishing-ul nu poate supraviețui doar prin frecventarea târgurilor de carte de la Frankfurt, Paris, Londra sau Bologna. Dacă mergi acolo doar ca să cumperi, jocurile sunt făcute. Adică terminate.

Editura Integral

AUTORI ROMÂNI

BUCĂTĂRESCU (VOL. I-IX)
DAN-SILVIU BOERESCU
46,816 exemplare

SECRETELE BUCUREȘTILOR (VOL. I-IX)
DAN-SILVIU BOERESCU
41,117 exemplare

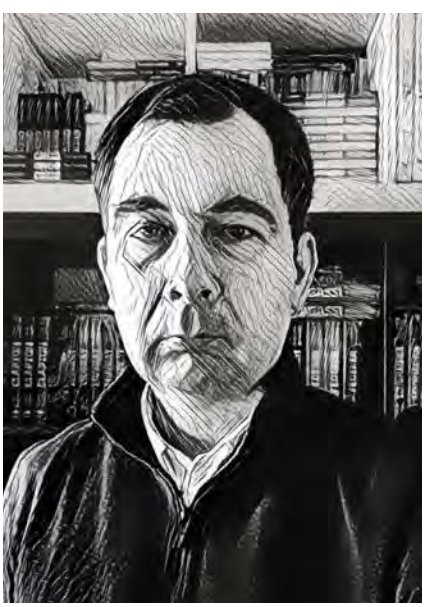
BIBLIOTECA GRĂDINIȚEI (VOL. I-XI)
COSTEL POSTOLACHE
36,933 exemplare

04	Iubiri și intrigi la Palat (vol. I-V)	Dan-Silviu Boerescu	19,123 exemplare
05	Dosarele Securității. Marian Munteanu și Miron Cosma vs. Piața Universității (vol. I-II)	Ramona Ursu	8,611 exemplare
06	Marea spovedanie a brokerului fugar	Cristian Sima	7,847 exemplare
07	Bucătăria Balkaniei	Laura Nicolau și Horia Pană	2,017 exemplare
08	Prețul Libertății	Miodara Roman	2,112 exemplare
09	Phoenix (vol. I-II)	Nicolae Covaci	1,916 exemplare
10	Gazele de șist – între mit și realitate	Constantin Crânganu	1,918 exemplare

NOTĂ: EDITURA INTEGRAL A PUBLICAT, ÎN PROPORȚIE DE 95%, AUTORI ROMÂNI

CREȘTERI DE VÂNZĂRI FOARTE MICI

Bogdan Ungureanu, director executiv la Editura Publica, crede că scăderea TVA în industria cărții a fost binevenită, dar n-a încurajat vânzările. Avem același segment de români care sunt interesați de cărți.



Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Bogdan Ungureanu: Consider că ne raportăm în România mai mereu la aproximativ același bazin de oameni care citesc. Prin urmare, când vorbim despre creșteri/scăderi de vânzări, în fapt, spunem dacă acești oameni au cumpărat mai multe sau mai puține cărți. Că să revin la întrebare, am înregistrat o creștere a vânzărilor foarte mică de la an la an, în acești ultimi trei ani. În opinia mea nici nu trebuie să ne așteptăm că vânzările să fie influențate doar de factori economici.

Să luăm exemplul reducerii cotei TVA în industria cărții, de la 9% la 5%. Prețul mediu al cărților editurii Publica este de aproape 45 de lei. Diferența între cele două cote de TVA raportat la acest preț mediu este de aproximativ 1,5 lei. Cât de tare credeți că îi încurajează în achiziția de carte acest leu și jumătate pe cei care nu prea cumpără cărți de fel?! Eu am rezervele mele. Și vă rog să nu interpretați cumva că aș dori să critic reducerea cotei TVA, care este binevenită afacerilor, dar nu înseamnă prea mult pentru clientul final.

Cred că trebuie umblat și la alte reglaje fine, care au o capacitate mai mare de a spori apetitul românului pentru lectură.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Bogdan Ungureanu: Cu siguranță, da. Sunt autori publicați în vest și care sunt foarte așteptați și în România. De altfel, traducerile au o pondere mult mai mare decât cărțile semnate de autori români. Este o dovadă pură că suntem conectați din punct de vedere al valorilor. Cât privește businessul, încercăm să ținem pasul.

Editura Publica

Autori Români

01

MUSAI LIST
OCTAVIAN PANTIȘ

02	Cei care schimbă jocul	Andreea Roșca și Mona Dîrțu
03	Drumul tău către succes	Lorand Szasz și Brian Tracy
04	O pereche de pantofi	Tinca Celnicu
05	Brief	Sorin Trancă

Editura Publica

Autori Străini

01

GÂNDIRE RAPIDĂ, GÂNDIRE LENTĂ
DANIEL KAHNEMAN

02	Excepționalii	Malcolm Gladwell
03	Cultura Serviciilor Superioare	Ron Kaufman
04	Descoperă-ți Elementul	Sir Ken Robinson
05	Eu sunt ZLATAN	Zlatan Ibrahimovic și David Lagercrantz

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

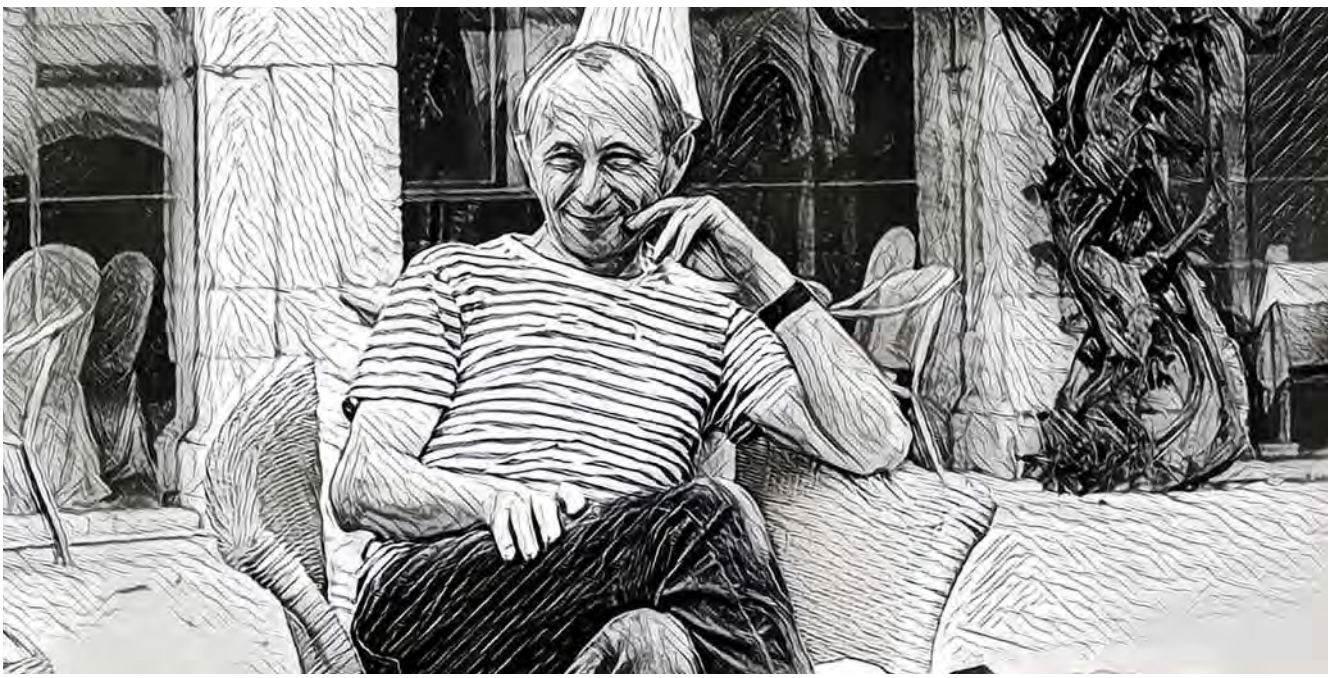
Bogdan Ungureanu: Lipsa cererii, care este și o consecință a lipsei de educație; lipsa unei viziuni pe termen lung a celor responsabili de educație și cultură.

MOZART
CHOCOLATE LIQUEUR

Chocolate worth your time!

WWW.MOZART-SPIRITS.COM

Reprezentanța în România: Neumann Key Accont Management SRL
Distribuitor: Cristalex `94 SRL, www.cristalex.ro



SINGURĂTATEA AMARĂ A EDITORULUI

Gheorghe Erizanu, directorul general la Editura Cartier, constată că infrastructura pieței culturale din România este în fază incipientă, fără viziune și fără perspectivă.

Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Gheorghe Erizanu: Editorul este cel mai fericit într-o țară prosperă și cu salarii decente. Orice creștere economică reală, care duce la majorări salariale reale, este privită cu ochi buni de cei care trăiesc din cărți. Asta înseamnă că populația își poate permite cheltuieli și pentru cultură.

Problema noastră e că atunci când omul are creșteri salariale după o perioadă de criză economică, atunci el are de recuperat alte costuri, are o listă mare de cumpărături, pe care nu și-a permis-o în perioada crizei. Iar în acea listă cartea e la coadă. Când ajunge la ea, iarăși vine criza. O altă criză. Avem nevoie de perioade stabile mai mari ca să putem vorbi concret despre efectul creșterii economice și asupra cărții.

Și mai este o problemă firească. Munca asupra unei cărți, de multe ori, e mai lungă decât munca țăranului. Nu toată sămânța din primăvară dă rod imediat în toamnă. De multe ori o culegem peste o toamnă. Dacă suntem foarte optimiști, atunci după acest an, dacă va avea creștere economică peste media europeană, editorii ar putea simți efectele reale ale creșterii macroeconomice românești.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la pieţele europene?

Gheorghe Erizanu: O bună parte din piața de carte românească a fost conectată la valorile europene și până la intrarea în UE. Tot așa cum o altă bună parte a rămas legată ombilical de valorile protocroniste românești și mai bate și azi fierul cuiului dacic.

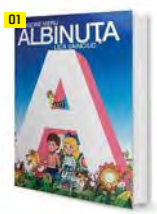
Probabil, cu trecerea timpului, editorii din prima categorie vor fi mai numeroși. În detrimentul celei de a doua. Dar aceasta nu e o axiomă. BREXITUL poate apărea de după orice colț. Și oricând.

Businessul de carte se face în hotarele clare ale limbii române. Metodele pot fi europene. Dar

Vasile Turea

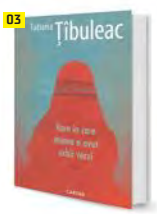
Editura Cartier

AUTORI ROMÂNI



ALBINUȚA
GRIGORE VIERU.ILUSTRAȚII DE LICĂ SAINCIUC
8.076 exemplare

SINGUR ÎN FAȚA DRAGOSTEI
AURELIU BUSUIOC
3.156 exemplare



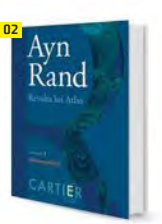
VARA ÎN CARE MAMA A AVUT OCHII VERZI
TATIANA ȚÎBULEAC
3.074 exemplare

04	Frunze de dor	Ion Druță	1.975 exemplare
05	Mama	Grigore Vieru.Ilustrații de Igor Vieru.	1.241 exemplare
06	Povara bunătății noastre	Ion Druță	1.086 exemplare
07	Dicționar al greșelilor de limbă	Valentin Guțu	933 exemplare
08	Opera poetică (2 vol.)	Grigore Vieru	854 exemplare
09	Arta covoarelor vechi românești basarabene	Gheorghe Mardare	739 exemplare
10	Zbor frânt	Vladimir Beșleagă	714 exemplare

Editura Cartier

AUTORI STRĂINI

NOUL MACHIAVELLI
JONATHAN POWELL
1.152 exemplare



REVOLTA LUI ATLAS. NONCONTRADICȚIA (VOL. I)
AYN RAND
932 exemplare

REVOLTA LUI ATLAS. ORI-ORI (VOL. II)
AYN RAND
928 exemplare

04	Psihologia copilului	Jean Piaget și Barbel Inhelder	919 exemplare
05	Portretul lui Dorian Gray	Oscar Wilde	840 exemplare
06	Revolta lui Atlas. Vol. III. A este A.	Ayn Rand	706 exemplare
07	Divina Comedie	Dante	704 exemplare
08	Maestru și Margarita	Mihail Bulgakov	580 exemplare
09	Coșmar în Balcani	Anna M. Wittmann	496 exemplare
10	Era extremelor	Eric Hobsbawm	458 exemplare

frontiera limbii rămâne. Calitatea poligrafică a cărților a crescut mult după 1989. Iar tirajele au scăzut nepermis de mult.

Editorii români lucrează cu tiraje de 500 – 1.000 exemplare la o populație de circa 20 de milioane. Editorii italieni încep cu un tiraj de 8.000 de exemplare la o populație de 60 de milioane. Maghiarii au tiraje de 5.000 de exemplare la nici 10 milioane. Estonienii au tiraje de 1.000 de exemplare la niciun milion vorbitori de estoniană. Statistica ne bate oricum am încerca s-o prezentăm.

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Gheorghe Erizanu: Editorul este lăsat singur în fața cititorului. Cu o senzație amară. Cei care administrează statul consideră că cititul la români e businessul editorului. Programe de susținere a lecturii la nivel de țară nu există.

Aprovizionarea bibliotecilor publice se face în mod clientelar. Bugetele bibliotecilor județene sunt cheltuite pentru editarea volumelor scriitorilor județeni. Politizarea excesivă a ICR-ului a scos din spațiul public competitivitatea. Programele au devenit mai degrabă clientelare decât meritocratice. N-am fi știut niciodată că ICR-ul poate fi eficient, dacă nu ar fi fost perioada administrației Patapievici. Vorbesc de domeniul editorial.

Departamentul Românilor de Pretutindeni n-a fost niciodată exemplar. Nu mi-au fost clare niciodată prioritățile, programele și eficiența lor.

Importul/exportul în vama românească este prea birocratizat, dacă vorbim de frontierele non-UE, prea centralizat și îți consumă mult prea mult timp. Facturile de carte nu sunt de milioane. De aceea, costul din vamă per leu este extrem de mare. Dar cea mai mare problemă e infrastructura pieței culturale, care trebuie să fie o arhitectură a națiunii. Ea este în fază incipientă. Creată haotică. Fără viziune. Fără perspectivă. Și fără politici vizionare.

Ca fapt divers: Biblioteca Națională a României nu are în mod obligatoriu cărțile românești apărute peste hotarele României. Cărțile din Basarabia nu fac parte din patrimoniu național. Nu vorbesc de cele șapte exemplare din depozitul legal. Nu e niciun exemplar.

UN STROP DE HAUTE-COUTURE EDITORIAL

Dana Moroiu, director editorial la Editura Baroque Books & Arts, remarcă faptul că rețelele de socializare ocupă timpul și mintea unui însemnat segment de populație.

Forbes: În ultimii trei ani (2014 – 2016), România a înregistrat creșteri economice. În ce măsură aceste performanțe macroeconomice au influențat piața editorială din România?

Dana Moroiu: Piața de carte din România pare să urmărească mai puțin ritmurile macroeconomice, de care profită mai degrabă vânzările de electronice, ci să urmeze o logică a ei proprie. Există un public statornic pentru carte, o categorie de oameni cultivați, care așteaptă și cumpără noile apariții editoriale. Nu puțini dintre ei sunt tineri, care știu să evite cântecul de sirenă al telefonului mobil sau, și mai bine, îmbină tentațiile moderne cu cele clasice. În ce privește Editura Baroque, vânzările au crescut îmbucurător de la un an la altul o dată cu numărul tot mai mare de titluri, dar în special datorită menținerii unui standard de calitate editorială și înaltă ținută grafică bine cunoscut și respectat de un public fidel. Cititorii noștri apreciază nișa de eleganță pe care am creat-o, cu micile ei bucurii de a risipi și de a fi generoși, și pasul pe care l-am făcut spre cartea inteligentă-obiect estetic. Și nu aș vrea să uităm nici de serviciile de consultanță editorială de care se bucură cei care doresc să își publice cărți în linia esteticii Baroque.

Forbes: România este de 10 ani în Uniunea Europeană. Dar piața editorială din România este integrată sau măcar conectată, din perspectiva valorilor și a businessului, la piețele europene?

Dana Moroiu: Editura Baroque Books & Arts urmărește cu atenție tendințele de pe piața mondială de carte și reușește în bună măsură să publice volumele autorilor de valoare simultan sau la scurt timp după apariția lor în străinătate, în traduceri din engleză, germană, franceză, spaniolă, italiană, suedeză și ucraineană.

Conținutul colecțiilor Baroque susține o sinteză permanentă între tradiții și modernitate, între valori clasice și avangardiste, într-o notă de ironie subtilă și o imperfecțiune studiată, cât mai departe de perfecțiunea mecanică, în condiții grafice impecabile, mult apreciate de cititori, dar și de partenerii noștri - autori și editori din lumea largă, tipografii și importatori de hârtie. Lucrăm copertele cu cei mai mari graficieni din România și tipărim pe cele mai bune materiale din lume, să amintim numai de cartonul cu fibră de bambus sau de bumbac. Totul din dorința de a aduce, haideți să îi spunem, un strop de haute-couture editorial.

Forbes: În opinia dvs, care sunt blocajele interne ce au frânat în ultimii trei ani dezvoltarea pieței editoriale din România?

Dana Moroiu: Prefer, cu voia dumneavoastră, să fiu foarte reținută în aprecieri, blocajele interne fiind prea bine cunoscute ca să mai am ceva de adăugat. În treacăt fie spus, explozia rețelelor sociale și a ofertelor tot mai inventive ale tehnologiei moderne izbutește cu succes să ocupe timpul și mintea unui tot mai însemnat segment de populație, care nu a fost neapărat deturnat din drumul lui prin librării și biblioteci, dar care ar fi putut la un moment dat să ajungă acolo.

Altfel, lucrurile ar merge mult mai bine dacă am înțelege un principiu extrem de simplu: să-ți faci bine treaba, fără urmă de servilism, pentru propria ta bucurie, nu pentru bucuria stăpânului, cum spune o veche înțelepciune.

Editura Baroque Books & Arts

Autori Străini

01 **ARTA SIMPLITĂȚII**
DOMINIQUE LOREAU

02	Bizanț, o lume pierdută	Jonathan Harris
03	Gaudi	Gijs von Hensbergen
04	Arta conversației	Alexander von Schoenburg
05	Arta de a renunța cu stil	Alexander von Schoenburg
06	Noblesse oblige	Christine Graefin von Bruehl
07	Călăuza rătăciților	Jean d'Ormesson
08	Enciclopedia vinului	Madeline Puckette & Justin Hammack
09	Expert în vin în 24 de ore	Jancis Robinson
10	Cartea din nufăr	Svetlana Dorosheva

Notă: Editura Baroque Books & Arts nu a comunicat exemplarele vândute, ci doar ierarhiile

MODELE DE BUSINESS NEMȚEȘTI

Cărțile autorilor români s-au vândut mai bine decât volumele scriitorilor străini în rețeaua Compania de Librării București.

Cele mai mari vânzări înregistrate de un autor român în rețeaua Compania de Librării București (CLB), în perioada 2014 – 2017, le-a înregistrat Klaus Iohannis, președintele României, cu volumul „Pas cu pas": 4.596 de exemplare. Interesul cumpărătorilor pentru autorii români a fost mai mare în acest lanț de librăriile decât pentru scriitorii străini. Astfel, Paulo Coelho cu romanul „Adulter" a vândut 2.000 de exemplare, ocupând primul loc în topul „străinilor". Compania de Librării București, înființată în 1950, a cunoscut o dezvoltare rapidă după aderarea României la UE. Acest lucru a permis companiei o deschidere către piețele de carte din vestul Europei, din punctul de vedere al schimbului de experiență și adoptării modelelor de business. „Am învățat foarte multe în această perioadă și am început schimbările în companie apelând la experiența unor consultanți germani, specialiști în comerțul cu carte", declară Bianca Chirică, project manager la CLB S.A. Cele mai mari librării ale rețelei - „Mihail Sadoveanu" de la Universitate și „Lumina" de pe Calea Dorobanților - au fost modernizate după proiectul acestora, pornind de la modele și bune practici utlizate în Germania. De asemenea, a fost achiziționat un sistem ERP (Charisma Enterprise), care oferă furnizorilor CLB informații în timp real despre stocuri și vânzările fiecărei librării.

> „Ținem foarte mult la părerea clienților noștri și încercăm să venim în întâmpinarea acestora."
> **Bianca Chirică, project manager, CLB S.A.**

Compania de Librării București
Autori Români

PAS CU PAS
KLAUS IOHANNIS – **4.596 exemplare**

02	Fluturi vol. I+II+III	Irina Binder 3.177
03	Baltagul	Mihail Sadoveanu 2.897
04	Cronica de Cotroceni	Adriana Săftoiu 1.852
05	Suflet românesc	Dan Puric 1.838
06	Dumbrava minunată	Mihail Sadoveanu 1.678
07	Legendele Olimpului	Alexandru Mitu 1.328
08	Balcic. Micul paradis al României Mari	Lucian Boia 1.281
09	Jurnalul unui câine scris de un puric Dan	Dan Puric 1.210
10	Zece ani răi	Mugur Ciuvică 1.099

Compania de Librării București
Autori Străini

ADULTER
PAULO COELHO – **2.001 exemplare**

02	Amantul japonez	Isabel Allende 1.016
03	Spioana	Paulo Coelho 908
04	Supunere	Michel Houellebecq 690
05	Grace de Monaco. Povestea unei prințese	Jean des Cars 687
06	Jurnalul unui puști vol. VIII	Jeff Kinney 577
07	Putin. Biografie interzisă	Stanislav Belkovski 502
08	Harry Potter și piatra filosofală	J.K. Rowling 469
09	Cincizeci de umbre ale lui Grey, vol. I	E L James 444
10	Sub aceeași stea	John Green 430

REZERVĂRI la 0758 046 702; 0758 046 741 reservation@cocorspahotel.ro www.cocorspahotel.ro

NOU! Ediție limitată!

Ritual Spa, aqua Spa

REVITALISE	**330 Lei**
Rain Shower Massage	15 min
Shea Bliss Wrap	45 min
Aroma Relaxing Massage	50 min
Express Facial	20 min
PURIFY	**400 Lei**
Oriental Escape	70 min
Facial Treatment: M-Ceutic Mesolift Marine	50 min

Escales éphémères à Zanzibar 120 min 370 Lei/pers

Explorează misterul insulei Zanzibar cu noul ritual facial și corporal, în ediție limitată.
Inspirat de misterioasa insulă Zanzibar, de bogățiile naturale și obiceiurile străvechi africane, acest ritual este o experiență unică a relaxării absolute, concentrate în inima unui autentic tratament profesional cu parfum divin.
Tratament iluminator, împrospătează și netezește pielea, îmbunătățește nivelul de hidratare și înlătură semnele de oboseală.

LIBRĂRII PE HĂRȚILE TURISTICE

O tendință favorabilă vânzărilor de carte: librăriile au devenit puncte de atracție pentru turiști. Exemple sunt librăriile Humanitas din București, Brașov și Sibiu.

Pentru primul loc în topul cărților celor mai vândute în cadrul rețelei Librăriile Humanitas s-au luptat „Pas cu pas", de Klaus Iohannis, și „Solenoid", de Mircea Cărtărescu. A câștigat președintele României, cu 4.170 de exemplare vândute. Romanul „Solenoid" a avut vânzări de 3.486 de exemplare. Trebuie precizat un fapt important în dinamica acestor vânzări: cartea președintelui, „Pas cu pas", a fost lansată în noiembrie 2014, prinzând aproape întreg ciclul analizat, pe când volumul lui Mircea Cărtărescu, „Solenoid", a fost lansat la un an distanță, în noiembrie 2015.

Bogdan Baciu, coordonator vânzări & marketing la Librăriile Humanitas, constată că, din punctul de vedere al rețelelor de distribuție, a apărut diversificarea spațiilor, librăriile având terase, cafenele și zone cu produse non-carte, asemenea librăriilor din țările occidentale. „Librăriile devin astfel adevărate muzee pe hărțile turistice ale Bucureștiului și ale altor orașe din țară. Exemplul Sibiu sau Brașov, în cazul Librăriilor Humanitas, este grăitor, fiind librării vizitate de mii de turiști anual", declară Bogdan Baciu. El subliniază că, în această situație, librarul a devenit un personaj important în comunitatea cititorilor, recomandările sale fiind determinante pentru clienți.

> „O librărie Humanitas nu mai e doar un loc în care se comercializează cărți, ci un spațiu viu, în care au loc sute de evenimente culturale."
> **Bogdan Baciu, coordonator vânzări & marketing Librăriile Humanitas**

LIBRĂRIILE HUMANITAS

Autori Români

O SCURTĂ ISTORIE ILUSTRATĂ A ROMÂNILOR
NEAGU DJUVARA – **24.000 exemplare**

02	Solenoid	Mircea Cărtărescu	21.000
03	Balcic. Micul paradis al României Mari	Lucian Boia	18.000
04	Cum s-a românizat România	Lucian Boia	18.000
05	De ce este România altfel?	Lucian Boia	17.000
06	Despre frumusețea uitată a vieții	Andrei Pleșu	17.000
07	Primul Război Mondial	Lucian Boia	15.000
08	De ce iubim femeile	Mircea Cărtărescu	14.500
09	Ce-am făcut când am tăcut	Andreea Esca	14.000
10	444 de fragmente memorabile ale lui Neagu Djuvara	Neagu Djuvara	12.000

LIBRĂRIILE HUMANITAS

Autori Străini

AVENTURILE LUI HABARNAM
NIKOLAI NOSOV – **26.000 exemplare**

02	Mănâncă, roagă-te, iubește	Elizabeth Gilbert	22.000
03	Jurnalul Annei Frank	Anne Frank	18.000
04	În căutarea fericirii	Bertrand Russel	16.000
05	Arta fericirii. Manual pentru viață	Dalai Lama	15.000
06	Întrebări mari de la cei mici...	Gemma Elwin Harris	14.000
07	Demonul amiezii. O anatomie a depresiei	Andrew Solomon	12.000
08	Habarnam în Orașul Soarelui	Nikolai Nosov	11.500
09	În sfârșit, nefumător	Allen Carr	11.500
10	Habarnam pe Lună	Nikolai Nosov	11.000

Acțiune cofinanțată de Consiliul Local Sibiu și Primăria Municipiului Sibiu

ARTmania
where art & entertainment meet

BANCA TRANSILVANIA®

BT

prezintă:

EEMC

EAST EUROPEAN MUSIC CONFERENCE
SIBIU - FESTIVAL CITY

2 zile de dezbateri pe cele mai importante subiecte ale industriei muzicale

peste 500 de experți și autorități din industria europeană

peste 30 de vorbitori din străinătate și din țară

IULIE 27-29 WWW.EEMUSIC.RO

Bilete se găsesc la: eemusic.ro // labilet.ro // kompostor.ro

ROCK FM It Rocks!

TAKE & A STAND

AFCC

adevărul Forbes HotNews.ro CATAVENCII NATIONAL GEOGRAPHIC COSMOPOLITAN BEAU MONDE zile și nopți MODERNISM iQ

TIMES NEW ROMAN sibiete Tribuna Turnul Statului Sibiu 100% știri de SIBIU clujlife FEEDER.RO

AGERPRES Radio Romania Cultural Cota de Sibiu iConcert.ro Străinește URBAN anyplace.ro 9AM vinsieu e-Zine iNFO MUSIC LetsRock.ro donau

VÂNZĂRILE ONLINE CÂȘTIGĂ TEREN

Dan Vidrașcu, CEO la Elefant.ro, crede că în acest an piața de carte va crește la 65 de milioane de euro, din care 30-40% vor fi vânzări online.

Irina Binder domină autoritar vânzările de carte pe platforma digitală Elefant.ro, în ultimii trei ani. Volumele „Fluturi" (I-II-III) și „Insomnii" ocupă primele patru locuri în clasamentul celor mai vândute cărți în perioada 2014 – 2016. Pe locul patru se află „Ce ne spunem când nu ne vorbim", de Chris Simion.

În topul cărților semnate de autori străni se află „Hoțul de cărți", de Markus Zusak, și „Cincizeci de umbre ale lui Grey" (vol. I), de Fifty Shades.

Dan Vidrașcu, CEO la Elefant.ro, declară că piața editorială din România este conectată permanent la piața editorială internațională, nu doar la cea europeană. „Principalele edituri locale investesc constant în adaptarea rapidă a celor mai așteptate titluri la nivel global sau european, astfel încât cititorii să aibă acces la versiunea în limba română aproape simultan cu cei din Vest", subliniază Dan Vidrașcu. Opinia managerului de la Elefant .ro este că diferența dintre piața de aici și cea din Europa de Vest constă în distribuția cărții odată ieșită din tipar. Dacă în anii 2000-2008 rețeaua de distribuție de carte s-a prăbușit și odată cu ea și vânzările, mediul online a reușit să înlocuiască în bună parte vechiul canal de retail în ultimii ani.

„În 2017, ne așteptăm ca piața să înceapă să înregistreze un ritm de creștere mai accentuat decât în ultimii ani."

Elefant.ro

Autori Români

01

FLUTURI (VOL. I - II)
IRINA BINDER

02	Fluturi (vol. III)	Irina Binder
03	Insomnii	Irina Binder
04	Ce ne spunem când nu ne vorbim	Chris Simion
05	Suge-o, Ramona!	Andrei Ciobanu
06	Exerciții de echilibru	Tudor Chirilă
07	O să te țin în brațe cât vrei tu și încă o secundă	Ioana Chicet-Macoveiciuc
08	Te iubesc, orice-ai face!	Ioana Chicet Macoveiciuc
09	Fii demn!	Dan Puric
10	Femeile vin de pe Venus, bărbații de la băut	Simona Tache, Mihai Radu

Nota 1: Cele 10 titluri depășesc în total 85.000 de exemplare vândute în perioada 2014 - 2016.

Elefant.ro

Autori Străini

01

HOȚUL DE CĂRȚI
MARKUS ZUSAK

02	Cincizeci de umbre ale lui Grey, Fifty Shades, vol. I	E L James
03	Fata din tren (ediție de film)	Paula Hawkins
04	Înainte să te cunosc	Jojo Moyes
05	Secretele succesului (ed. a II-a)	Dale Carnegie
06	Adulter	Paulo Coelho
07	Micul Prinț	Antoine de Saint-Exupery
08	Dragostea în vremea holerei	Gabriel Garcia Marquez
09	Tată bogat, tată sărac. Educația financiară în familie	Robert T. Kiyosaki
10	Inteligența emoțională (ed. a III-a)	Daniel Goleman

Nota 2: Cele 10 titluri depășesc în total 110.000 de exemplare vândute în perioada 2014 - 2016.
Nota 3: Elefant.ro nu a comunicat exemplarele vândute, ci doar ierarhiile.

Cum să devii chirurg cardiac

Este un sentiment foarte puternic când înțelegi ce responsabilitate trebuie să îți asumi în momentul în care pornești să repari o inimă cu propriile tale mâini.

DR. DIANA ANGHEL
Institutul de Boli Cardiovasculare „Prof. Dr. George I.M. Georgescu" Iași

De ce ați ales această meserie și specialitatea pe care o practicați în prezent?
Am ales medicina din pasiune și, încă din primul an de facultate, am fost atrasă de aspectul practic al chirurgiei. Chirurgia cardiovasculară este o specialitate deosebită, care, deși are un caracter foarte tehnic și precis, este extrem de frumoasă, mai ales prin organul fascinant pe care îl tratează: inima. Este un sentiment foarte puternic când înțelegi ce responsabilitate trebuie să îți asumi în momentul în care pornești să repari o inimă cu propriile tale mâini. Intervențiile cardiovasculare sunt extrem de complexe, cu un risc vital foarte mare, în sensul că dacă faci un pas greșit, acesta devine invalidant pentru pacient.

Cum arată cariera dumneavoastră până în prezent?
În secția de Chirurgie Cardiovasculară a Institutului din Iași, lucrez din iunie 2005. Aici am fost medic rezident, am devenit medic specialist și mi-am luat doctoratul în științe medicale. Și tot aici, mi s-a oferit șansa de a preda studenților și rezidenților de chirurgie cardiacă, iar participarea în numeroasele echipe de cercetare a adăugat o dimensiune nouă pregătirii mele profesionale.

Care sunt cele mai mari realizări pe plan profesional?
Chirurgia este o specialitate foarte grea, dură, iar chirurgia cardiovasculară este și mai solicitantă. Cea mai mare realizare o consider a fi privilegiul de a putea practica această meserie în fiecare zi. Fiecare zi este o luptă, din momentul în care intri în sala de operație ești complet implicat în ceea ce faci – fizic, intelectual și emoțional. Operațiile pot prezenta multe necunoscute pe parcursul derulării lor, de aceea ai nevoie de o strategie foarte bine pusă la punct, adaptată fiecărui caz în parte. Există un mod de a gândi chirurgical, care se materializează prin flerul clinic, pe care ți-l poți forma doar stând zi de zi, multe ore pe zi, lângă cineva care practică această meserie foarte bine, fără compromisuri. De aceea, oportunitatea de a lucra cu domnul Profesor Tinică și cu echipa dumnealui a fost extrem de importantă pentru mine.

Aveți vreun ritual anume, înainte de intervențiile chirurgicale pe care le realizați?
Chirurgia cardiovasculară este o muncă de echipă, de aceea alegerea echipei chirurgicale este un pas foarte important înaintea efectuării intervenției. Pe lângă aceasta, este obligatorie explorarea și pregătirea completă a pacientului și revizuirea tuturor pașilor operatori. Înainte de a intra în sala de operație trebuie să știi ce intervenție vei efectua și cum o vei face.
Ritualul constă în încercarea de a duce o viață cât mai echilibrată, fără excese de nici un fel. De obicei, în chirurgia cardiovasculară sunt foarte multe urgențe, astfel încât nu prea ai timp de nici un fel de ritual. Trebuie să iei, cât mai rapid, cea mai potrivită decizie. Cazurile au grade diferite de dificultate. Sunt unele cazuri de rutină, dar există și unele cazuri extrem de complexe, pentru care mă pregătesc din timp, citesc, mă consult cu colegii mai experimentați și, împreună, facem o echipă, pentru a obține cel mai performant rezultat.

Cum este să lucrați cu Prof. Dr. Tinică?
Profesorul Tinică este, în primul rând, un chirurg strălucit, care își practică și își iubește profesia cu pasiune. În practica clinică, are un instinct uimitor, este un technician desăvârșit, cu o capacitate de concentrare și de muncă de invidiat. El este inițiatorul Clinicii de Chirurgie Cardiovasculară din cadrul Institutului și are un interes deosebit pentru dezvoltarea chirurgiei cardiace pediatrice. Este un șef ultraexigent, care conduce prin puterea exemplului și care este intolerant la cele mai mici erori.

Care este mesajul unui pacient, cel mai de impact, rămas în mintea dumneavoastră?
Fiecare intervenție are particularitățile ei tehnice și, mai ales, emoționale. M-au impresionat foarte multe cazuri, dar cele din sfera pediatrică sunt înconjurate de o presiune emoțională, căreia cu greu îi poți găsi un echivalent în practica de zi cu zi. Primul caz de chirurgie congenitală la care am participat mi-a rămas în memorie. Era un băiețel de 2 ani, cu o malformație a arterelor coronare și, pentru a reuși să îl operăm, a trebuit să mă duc, personal, să îl caut la adresa din foaia de observație. Intervenția a fost spectaculoasă, pentru mine, la momentul acela. Mesajul de mulțumire al mamei și satisfacția pe care am simțit-o în momentul în care a părăsit spitalul, vindecat, știind că se va putea bucura de o viață normală, de acum încolo, nu se pot uita.

PAULO COELHO, LIDER ÎN HIPERMARKET

În rețeaua Carrefour, cărțile autorilor străni au avut mai mari vânzări decât volumele scriitorilor autohtoni.

Cea mai vândută carte a unui autor român în rețeaua de hipermarketuri Carrefour, în perioada 2014 – 2016, a fost volumul al III-lea din romanul „Fluturi", de Irina Binder: 2.955 de exemplare. „Fluturii" au reușit să depășească vânzările „pașilor" președintelui Klaus Iohannis. Cartea de debut a președintelui, „Pas cu pas", a înregistrat vânzări de 2.872 de exemplare. Pe locul trei s-au plasat primele două volume „Fluturii", de Irina Binder, având vânzări de 2.199 de exemplare.

Polițistul Marian Godină, autorul volumului „Flash-uri din sens opus" (Editura Curtea Veche), ocupă un onorant loc patru în vânzările românești din Carrefour. Clasamentul cărților scrise de autori străini este dominat de Paulo Coelho, cu romanele „Spioana" și „Adulter", 3.130, respectiv 2.630 de exemplare.

Andreea Mihai, director de marketing & comunicare la Carrefour România, consideră că piața de carte din România urmează trendul pieților occidentale, în sensul editării cărților premiate și promovate. Totuși, Andreea Mihai semnalează faptul că, în ciuda creșterii constante a vânzărilor de carte din ultimii ani, piața din România nu este încă la nivelul pieților europene.

> „România nu este încă la nivelul pieților europene, din punct de vedere al volumelor vândute și al tirajelor fiecărei cărți."
> **Andreea Mihai, director de marketing la Carrefour România**

Carrefour
Autori Români

FLUTURI. VOL 3
IRINA BINDER – **2.955 exemplare**

02	Pas cu pas	Klaus Iohannis	2.872
03	Fluturi. Vol 1-2	Irina Binder	2.199
04	Flash-uri din sens opus	Marian Godina	1.536
05	De vorbă cu Emma	Vitali Cipileaga	1.396
06	O scurtă istorie ilustrată a românilor	Neagu Djuvara	1.063
07	Iubind-o pe ea	Alexandru Chermeleu	1.018
08	Arsenie Boca. Minuni și mărturii	Romeo Petrașciuc	944
09	Biblia pierdută	Igor Bergler	905
10	Despre frumusețea uitată a vieții	Andrei Pleșu	768

Carrefour
Autori Străini

SPIOANA
PAULO COELHO – **3.130 exemplare**

02	Adulter	Paulo Coelho	2.630
03	Înainte să te cunosc	Jojo Moyes	2.049
04	Micul prinț	Antoine de Saint-Exupery	1.903
05	Alchimistul	Paulo Coelho	1.831
06	12 ani de sclavie	Solomon Northup	1.654
07	Hoțul de cărți	Markus Zusak	1.473
08	De veghe în lanul de secară	J.D. Salinger	1.310
09	După ce te-am pierdut	Jojo Moyes	1.254
10	Lolita	Vladimir Nabokov	1.114

Pionierii acoperișurilor verzi

Pe piața materialelor de construcții, dar nu numai, diferențele între piața locală și celelalte piețe de la vest de România sunt legate în principal de educație. Există, însă, companii care cred că România este o piață bună pentru produse la același nivel calitativ precum cele din vestul Europei.

ABRAM ARPAD
director general Bauder România

Bauder a realizat combinația fericită dintre tradiție și inovație, ceea ce este astăzi. Fiind o companie condusă de proprietari noi nu suntem constrânși de maximizarea câștigului pe termen scurt, ci dorim să dezvoltăm compania noastră în mod constant și pe termen lung, având pretenția de a dovedi vârful de performanță în toate domeniile. Noi presupunem, că în ciuda internetului de viitor, oamenii și interacțiunea lor devin din ce în ce mai importanți. La fel de important este pentru noi să ne gândim și acționăm pe termen lung. Obiectivul nostru este de a transmite pentru generațiile viitoare un sistem intact ecologic, social și economic.

Scopul nostru este cea mai bună satisfacție a clienților. Clienții noștrii sunt proiectanți, dezvoltatori, investitori și prelucrători precum dulgheri, decoratori, grădinari, distribuitori și aplicatori industriali. Produsele de calitate, comenzile derulate corect și livrarea la timp sunt doar un aspect. Cel mai important este modul în care lucrăm împreună cu clienții noștrii.

Bauder este prezent de 11 ani pe piața din România. Cum s-a dezvoltat activitatea companiei în această perioadă?

Firma Bauder, cu sediul central în Stuttgart, Germania, este o afacere de familie ajunsă la cea de-a patra generație, care, în acest an, aniversează 160 ani de la înființare. Toate aceste generații au dus la dezvoltarea companiei din prezent, cu șase fabrici în Germania și Austria, 13 filiale în Europa și peste 850 de angajați. Compania a avut o cifră de afaceri de aproximativ 550 de milioane de euro anul trecut, situându-se pe primul loc în Germania în topul producătorilor de membrane bituminoase și pe locul trei în Europa. Grupele de produse pe care le comercializăm sunt: membrane bituminoase, membrane plastice (PVC FPO) și termoizolații poliuretanice (PIR). Principalele produse oferite de companie sunt acoperișuri pentru terasă, acoperișuri sarpantă, acoperișuri verzi și, mai nou, sisteme fotovoltaice sau acoperișuri solare.

Activitatea firmei Bauder pe piața din România a început în anul 2000, iar în anul 2005 a fost momentul oportun înființării filialei locale. Am fost primul angajat al firmei aici, iar în anul următor, cu trei angajați în total și 15 clienți, Bauder finaliza anul financiar cu afaceri de 1,2 milioane de lei.

În anii ce au urmat, creșterea a fost constantă, anii 2010, 2013 și 2014 fiind dificili, și compania noastră resimțind efectele crizei financiare. După 2014, cifra de afaceri a început din nou să urmeze un trend ascendent, până la 21 de milioane de lei, la finalul lui 2016. În prezent, echipa din România a ajuns la nouă angajați și 120 de clienți.

Ați observat diferențe între piața locală și celelalte piețe din Europa, în domeniul în care activați?

Diferențele între piața locală și celelalte piețe din Europa sunt legate de educație. Firma Bauder a ales o cale și o nișă de piață mai dificilă – piața produselor calitativ superioare, ce sunt comercializate și în Germania, Elveția sau Anglia. Pentru mine, a fost deosebit de importantă calitatea produselor și mi-am dorit ca piața de aici să ofere același produs comercializat oriunde în Europa.

Furnizați produsele și serviciile dumneavoastră mai multor tipuri de clienți. Ce categorie ocupă cea mai mare pondere în vânzări?

Produsele noastre sunt furnizate preponderent clienților din segmentele de top, cei care își doresc calitate și seriozitate maximă. Avem clienți industriali, clienți comerciali și casnici. Cele mai mari vânzări sunt generate de investitorii imobiliari și de cei din zona de retail.

Cum a evoluat piața acoperișurilor din România în ultimii ani? Ce estimări aveți pentru viitor?

Piața acoperișurilor este într-o continuă creștere, având în vedere dezvoltarea imobiliară, dar ceea ce este mai important este creșterea calității materialelor utilizate pe această piață.

Care sunt noutățile din acest domeniu, inovațiile cele mai recente, dar și tendințele pe această piață?

În domeniul acoperișurilor nu se poate spune că sunt mari inovații sau că putem reinventa acoperișurile care se fac de mii de ani, dar ceea ce putem face este să le creștem gradul de eficientizare și să le facem cât mai prietenoase cu mediul. Bauder este unul dintre pionerii acoperișurilor cu vegetație din România; este o activitate pe care am început-o la sfârșitul anilor '90 – eficientizarea acoperișurilor din punct de vedere energetic, prin utilizarea unor sisteme termoizolante performante.

PRESIUNEA DISCOUNTURILOR TREBUIE OPRITĂ

Editurile sunt supuse la presiuni mari pentru a oferi discounturi importante, diminuându-şi astfel marjele de profit.

Dumitru Constantin Dulcan figurează cu trei titluri în Top 10 cele mai vândute cărți de portalul Librărie.net, în ultimii trei ani: „Inteligenta materiei" (3.200), „Mintea de dincolo" (2.100) și „În căutarea sensului pierdut" (1.500).

Anton Chiazna, director general Librarie.net, semnalează faptul că cea mai critică problemă a pieței cărții, în acest moment, este absența unor reglementări pentru a proteja piața de politicile agresive de discount. „Practic, marjele mici cu care operează librăriile și vânzătorii online de carte fac imposibilă o dezvoltare pe termen lung, întrucât marjele de profit implicate sunt foarte mici", declară Anton Chiazna. O altă mare problemă este că mutarea în online a deteriorat puțin piața clasică de vânzare de carte, în sensul scăderii drastice a acesteia. Pe piața clasică au mai rezistat marile lanțuri de retail (Cărturești, Humanitas, Diverta), care și acestea au trecut în online, semn că vânzările offline nu mai generează cifre atât de mari. Acest efect în lanț se răsfrânge asupra editurilor pe care se exercită o presiune puternică ca să ofere discounturi mai mari și, implicit, își diminuează marjele de profit.

> „Se observă o efervescență mare pe piața cărții generată de jucătorii cu resurse financiare foarte mari."
> **Anton Chiazna, director general Librarie.net**

LIBRARIE.NET
Autori Români

INTELIGENTA MATERIEI
DUMITRU CONSTANTIN DULCAN
3.200 exemplare

02	Legendele Olimpului	Alexandru Mitru	2.900
03	Baltagul	Mihail Sadoveanu	2.700
04	Fluturi	Irina Binder	2.500
05	Morometii	Marin Preda	2.300
06	Mintea de dincolo	Dumitru Constantin Dulcan	2.100
07	Iubind-o pe Ea	Alexandru Chermeleu	1.800
08	Maitreyi	Mircea Eliade	1.700
09	Biblia pierdută	Igor Bergler	1.600
10	În căutarea sensului pierdut	Dumitru Constantin Dulcan	1.500

LIBRARIE.NET
Autori Străini

HOȚUL DE CĂRȚI
MARKUS ZUSAK - **2.500 exemplare**

02	Aventurile lui Harbarnam	Nikolai Nosov	1.500
03	Tată bogat, tată sărac	Robert Kiyosaki	1.500
04	Parenting necondiționat	Alfie Kohn	1.450
05	Fata din tren	Paula Hawkins	1.400
06	Dragostea în vremea holerei	Gabriel Garcia Marquez	1.400
07	Cartea gesturilor	Peter Collett	1.300
08	Trilogia Fifty Shades	E.L. James	1.300
09	Un veac de singurătate	Gabriel Garcia Marquez	1.250
10	Povestea fără sfârșit	Michael Ende	1.150

ALPIN 57 lux

Un răsfăț pentru fiecare copil!

ALPIN 57 LUX S.R.L.
str. Mihail Kogălniceanu, nr. 46,
Sebeș, Jud. Alba, România,
Telefon:+40-258730203,
Fax:+40-258806144,
e-mail: comercial@alpin57lux.com,
www.alpin57lux.com.

ÎN CĂUTAREA DRUMULUI SPRE EFICIENȚĂ

Un depozit centralizat, care să preia comenzile retailerilor, iar editurile să le transporte în acel loc, ar fi o soluție pentru revitalizarea pieței de carte.

Ca și în cazul altor rețele de vânzare de carte, în librăriile Diverta, lupta pentru cel mai vândut titlu s-a dat, în ultimii trei ani, între volumele „Fluturi", de Irina Binder, și „Pas cu pas", de Klaus Johannis. La Diverta, „Fluturi" (vol. I – II) au avut vânzări superioare cărții președintelui României. Pe locul trei se află controversatul roman „Suge-o, Ramona!" (Editura Trei), de Andrei Ciobanu. În topul autorilor străni figurează pe primul loc „Adulter", de Paulo Coelho.

Octavian Ene, online manager la Diverta, consideră că piața editorială din România a înregistrat în ultimiii ani o creștere constantă, chiar dacă și acest segment a fost lovit de criză. Piața de carte din prezent este estimată la 65 – 70 de milioane de euro. Una dintre soluțiile pentru creșterea segmentului de carte, în viziunea managerului de la Diverta, constă în eficientizarea activităților din partea editurilor. „Ar putea fi înființat un depozit centralizat, care să preia comenzile retailerilor, iar editurile să le transporte în acel loc, ceea ce duce la micșorarea costurilor de transport și logistică", propune

> **„Din punct de vedere economic, piața editorială din România a înregistrat în ultimiii ani o creștere constantă."**
> **Octavian Ene, online manager, Diverta**

Octavian Ene. O altă observație este că editurile mizează pe două politici – cea a boom-ului și cea a programului editorial complex – fapt pentru care România este bine conectată la piața editorială internațională.

Diverta
Autori Români

FLUTURI, VOL. I-II
IRINA BINDER

02	AS CU PAS	KLAUS JOHANNIS
03	SUGE-O, RAMONA!	ANDREI CIOBANU
04	EXERCIȚII DE ECHILIBRU	TUDOR CHIRILĂ
05	SUFLET ROMÂNESC	DAN PURIC
06	TIPUL DIN FILME NU EXISTĂ	BOGDAN STOICA
07	CUM IUBESC BĂRBAȚII	MIHAELA RĂDULESCU
08	INSOMNII	IRINA BINDER
09	DESPRE OMUL FRUMOS	DAN PURIC

Diverta
Autori Străini

ADULTER
PAULO COELHO

02	CINCIZECI DE UMBRE ALE LUI GREY	E.L. JAMES
03	CINCIZECI DE UMBRE ÎNTUNECATE	E.L. JAMES
04	CINCIZECI DE UMBRE DESCĂTUȘATE	E.L. JAMES
05	SUB ACEEAȘI STEA	JOHN GREEN
06	HOȚUL DE CĂRȚI	MARKUS ZUSAK
07	SPIOANA	PAULO COELHO
08	CĂUTÂND-O PE ALASKA	JOHN GREEN
09	JURNALUL UNUI PUȘTI, VOL.VIII	JEFF KINNEY
10	SECRETELE SUCCESULUI	DALE CARNEGIE

Noul CIVIC

WELCOME CHALLENGE

www.hondatrading.ro

HONDA
The Power of Dreams

CREȘTE INTERESUL PENTRU AUTORII ROMÂNI

O veste bună: numărul împrumuturilor de cărți ale autorilor români a crescut la biblioteca Bookster, ai căror clienți provin din corporații.

Cea mai citită carte de către abonații corporatiști ai bibliotecii Bookster, companie fondată de antreprenorul Bogdan Georgescu, a fost „Fluturi" (volumele I-II-III): 6.648 de împrumuturi. În fapt, „Fluturi" domină topul împrumuturilor de cărți scrise de autorii români, în ultimii trei ani. Pe locul secund se află „O scurtă istorie ilustrată a românilor", de Neagu Djuvara, cu 2.081. În topul „străinilor" se află „Oscar și Tanti Roz", de Eric Emmanuel Schmitt. Bilyana Valova, Content Manager la Bookster, apreciază că piața de carte din România a crescut în ultimii zece ani, atât din punct de vedere calitativ (au apărut cărți bune), cât și cantitativ (au fost publicate mai multe cărți scrise de autori români). „Noile cărți lansate de Mircea Cărtărescu sau Irina Binder au devenit rapid foarte apreciate de cititori", precizează Bilyana Valova. O cerere foarte mare s-a înregistrat și pentru articolele unor specialiști români în domenii precum: psihologia relațiilor, parenting sau dezvoltarea personală. Cei mai populari autori de articole online din biblioteca Bookster sunt Alis Anagnostakis, Vlad Mixich și Cosmin Alexandru, conform datelor furnizate de Bilyana Valova.

„Interesul pentru autori români contemporani este în creștere și printre cei 35.000 de abonați Bookster" - Bilyana Valova, Content Manager, Bookster

BOOKSTER

Autori Români

FLUTURI (VOL I - III)

IRINA BINDER - **6.648 exemplare**

02	O scurtă istorie ilustrată a românilor	Neagu Djuvara	2.081
03	Patru femei, patru povești	Aurora Liiceanu	1.616
04	Musai List	Octavian Pantiș	1.474
05	Scrisori imaginare	Octavian Paler	1.368
06	Despre frumusețea uitată a vieții	Andrei Pleșu	1.280
07	De ce iubim femeile	Mircea Cărtărescu	1.069
08	Rătăciri	Horațiu Mălăele	1.010
09	Nuntă în cer	Mircea Eliade	873
10	Ghicitori	Lucia Muntean	788

BOOKSTER

Autori Străini

OSCAR ȘI TANTI ROZ

ERIC EMMANUEL SCHMITT - **6.170 exemplare**

02	Cel care mă așteaptă	Parinoush Saniee	4.684
03	Bărbații sunt de pe Marte, femeile sunt de pe Venus	John Gray	4.258
04	Omul în Căutarea Sensului Vieții	Viktor E. Frankl	3.465
05	Cum îți vei măsura viața?	Clayton M. Christensen	3.457
06	Cele cinci limbaje ale iubirii	Gary Chapman	2.887
07	Dragostea în vremea holerei	Gabriel Garcia Marquez	2.839
08	Plânsul lui Nietzsche	Irvin D. Yalom	2.706
09	Gătește în 15 minute cu Jamie	Jamie Oliver	2.647
10	Psihologia persuasiunii – totul despre influențare	Robert B. Cialdini	2.596

OPINIE

ALEGERI CU CARTEA LA CAP

Mihai Mitrică, director executiv, Asociația Editorilor din România

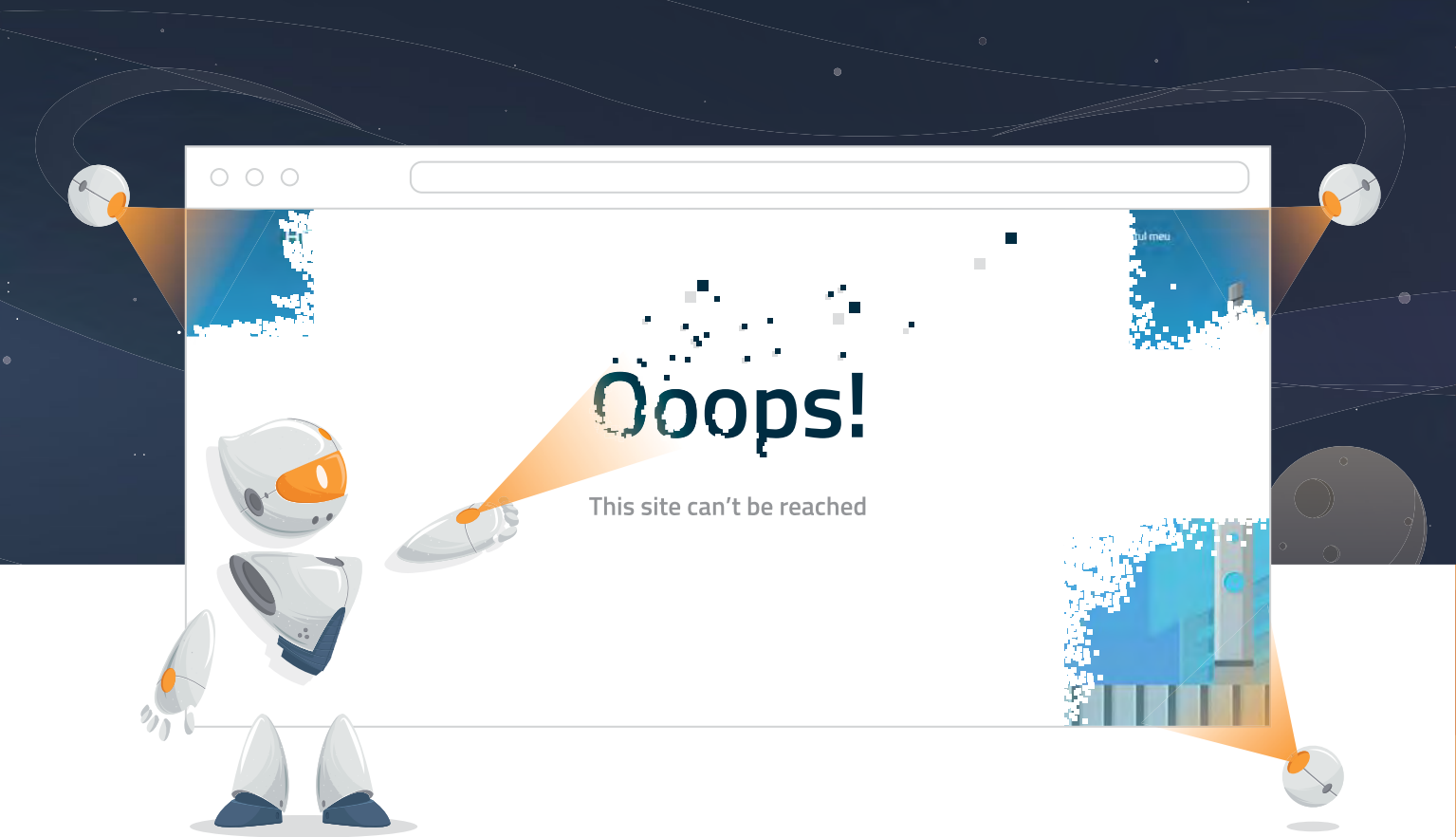
În timp ce scriu acest text, lumea răsuflă ușurată că deriva populistă a fost oprită de o linie Macron (sau Maginot, nu am înțeles prea bine) în primul tur al alegerilor din Franța. Oricum se va termina cursa prezidențială de la Paris la începutul lunii mai, îmi este clar că asaltul iliberalismului este tot mai puternic și tot mai greu de oprit cu armele tradiționale.

Rog să iertați acest excurs de politolog ratat, dar are mare legătură cu tema noastră: cartea. Ne-am tot obișnuit, ca societate, să considerăm cartea drept un accesoriu de petrecere a timpului liber, pe același plan cu lanseta din fibră de carbon sau ghetele de sport: dacă am chef sau vremea îmi permite, citesc/pescuiesc/joc fotbal! Dacă nu, nu ! Pe această mentalitate s-a construit întregul asalt al Orban-ilor, LePen-ilor, Putin-ilor și altor asemenea personaje al căror scop este să suprime gândirea critică și să pună în locul ei o listă cât mai scurtă de poncife ușor de folosit în orice situație. Nu știu, totuși, în afară de România, o altă situație în care consecințele acestui surghiun al cărții să fie atât de vizibile și de dureroase...

Uitându-ne, totuși, la începutul acestui deceniu, tabloul nu părea deloc sumbru: la 1 ianuarie 2007 intrase în vigoare legea 315/2006, prin care fiecare cadru didactic calificat putea primi 100 de euro anual ca să-și cumpere cărți; România tocmai intrase în Uniunea Europeană, ceea ce făcea deodată mult mai simplu transferul de drepturi de autor; piața de carte mergea cu pași timizi către pragul de 120 de milioane de euro anual, mult subdimensionat raportat la populație, dar măcar în creștere constantă de vreo cinci ani. Și, ca la un semn, fără avertisment, toate s-au întors împotrivă. Sfidarea sorții, cruciala lege „100 de euro", care infuzase vreo 20 de milioane de euro în piața de carte într-un singur an, a fost abrogată prin litera k) a unui articol 15 din infama lege 118/2010, de reducere a cheltuielilor bugetare, pentru care guvernanții de atunci au plătit amarnic la următoarele alegeri.

Și, de atunci, nimic bun nu a mai venit dinspre stat: suntem codașii Europei în ce privește numărul de librării, numărul de cititori, piață de carte etc. Editurile care supraviețuiesc au făcut dramatice ajustări de costuri.

Piața de carte românească respiră doar în București – unde se înregistrează jumătate din încasările pentru toată țara - și în câteva alte mari orașe (Timișoara, Cluj-Napoca, Brașov) și este aproape inexistentă în rural și urbanul mic/mediu. O fi, totuși, atât de greu să facem o corelație între nivelul achiziției de carte și PIB din regiunea în care acesta are loc? E atât de greu să ne dăm seama că spiritul antreprenorial – acel panaceu care ne-ar face bine economic dar și civic - nu poate să înflorească acolo unde oamenii nu citesc, deși asta e cea mai eficientă metodă de educație cunoscută? Și, pentru că statul este cel care a stricat totul – prin dispariția librăriilor, a rețelelor de distribuție, prăbușirea educației etc. – tot statul mi se pare normal să repare acest domeniu 99,99% privat. Nu ar fi nimic nemaiauzit: statul italian poate da 500 de euro tinerilor care ajung la 18 ani pentru achiziția de bunuri culturale; statul francez e deja faimos prin susținerea librăriilor; Germania este cea mai mare piață de carte din lume raportat la numărul de locuitori printr-un sistem școlar bine pus la punct. Emularea oricăruia dintre aceste exemple ar face minuni pentru România. Am fi cu toții în avantaj, inclusiv oamenii politici care par să nu înțeleagă cât de bine e să ai o populație culturalizată și civilizată. Mai ales că, acum, contraexemplele sunt pe toate drumurile.



Fă-ți timp pentru deciziile importante din companie.

De web hostingul site-ului
ne ocupăm noi.

HOSTERION

www.hosterion.ro

Forbes România

FORBES HEROES 2017

FORBES HEROES 2017

FORBES ROMÂNIA A ADUS ÎN FAȚA PUBLICULUI, PENTRU AL PATRULEA AN CONSECUTIV, ADEVĂRAȚII EROI ȘI MODELELE VERITABILE CARE CONTRIBUIE LA PROGRESUL SOCIETĂȚII.

Evenimentul, organizat la Teatrul Apollo 111, la finalul lunii mai, a adus în fața publicului modele de succes și oameni care, prin tenacitatea, creativitatea și capacitatea de a se reinventa, permanent, demonstrează că în România de astăzi oricine poate schimba lucrurile în bine, poate obține succesul și îi poate determina pe ceilalți să îl urmeze.

Eroii celei de-a patra ediții Forbes Heroes sunt oameni care au reușit să obțină succesul în diferite domenii precum sport, artă, cercetare științifică, design vestimentar, fotografie sau marketing, aplicând cele patru principii care marchează traseul reușitei: „Be brave & challenge everything", „Practice & get better", „Design, create & innovate", „Step up & take the lead". Printre vorbitori s-au numărat Cătălina Ponor - Campioană Olimpică la Gimnastică, Damian Drăghici - Artist (Damian & Brothers), Codruța Vulcu - Organizator/Owner/CEO, Director Festivalul ARTmania sau Andreea Bădală - Owner / Designer, Murmur.

Mulțumim partenerilor celei de-a patra ediții Forbes Heroes: BMW România, Carrefour România, Metropolitan Life, I-Style – Pro, Recolamp, Stella Artois, McDonalds, Praktiker, Apa Nova, în calitate de partener logistic. Evenimentul a fost organizat cu susținerea: Teatrul Apollo 111, Brigada de Voluntari și Residence Hotel.

Marius Michailov

Când inovația aduce performanță

La două decenii de la venirea în România, povestea grupului Linde se află în cel mai fast moment al activității sale de aici. Ce urmează?

CIPRIAN ISLAI
director general Linde Gaz România

Cum puteți caracteriza, în câteva cuvinte, cei 20 de ani de activitate Linde în România?

Inovație, tehnologie, diversitate și performanță sunt cuvintele cheie care definesc cele două decade. La momentul venirii sale în România, Linde AG – unul dintre leaderii mondiali în Engineering și în producția de gaze tehnice și medicinale, a adus aici produse și tehnologii cu totul noi pentru acel moment. De altfel, inovația este una dintre constantele celor 20 de ani de prezență aici și asta ne permite să privim la fel de curajos spre viitor. Gazele Linde, cum ar fi hidrogenul, dioxidul de carbon, azotul și oxigenul sunt o parte integrantă a vieții, ele sunt prezente pretutindeni și sprijină tehnologiile care ne mențin mobili și conectați, fiind indispensabile în același timp în sănătate și procesarea alimentelor. Noi jucăm un rol esențial în ciclul de viață al produselor, de la cercetare și proiectare, testare și analiză la producție și livrare. Trecând la diversitate gazele industriale sunt componente esențiale în activitățile cheie de sudare și de refrigerare, congelarea produselor alimentare, inertizare, analiză și testare. Performanța se bazează, printre altele, și pe rețeaua noastră de producție și distribuție, care acoperă toate regiunile geografice, ceea ce ne permite să garantăm livrări rapide și sigure. Având clienți în România în toate sectoarele industriale, pot spune cu mândrie că activitățile noastre au avut partea lor de contribuție la dezvoltarea economiei.

Care au fost cele mai mari realizări ale companiei din acești 20 de ani? Dar provocările?

În primul rând, parteneriatele strategice pe care le-am încheiat cu clienții noștri, o realizare care a fost posibilă datorită faptului că pe parcursul acestor ani am dezvoltat produse și servicii performante. Multiplele investiții în unități de producție moderne, în sisteme logistice, în rețeaua de distribuție națională, au ajutat Linde Gaz România să își consolideze poziția pe piață și, de asemenea, au sporit siguranța, calitatea și flexibilitatea livrărilor de gaze tehnice către partenerii noștri.

Pentru a veni în sprijinul clienților am înființat la Timișoara cel mai mare centru de servicii clienți Linde din Europa. Acest centru oferă consiliere și asistență pentru clienți telefonic și online, chiar și servicii de call-center pentru anumite urgențe medicale.

La ce nivel a ajuns bugetul de investiții al Linde în România?

Linde a investit în România, până în prezent, aproximativ 320 de milioane euro. Intenționăm și în continuare să venim în sprijinul clienților noștri, prin ridicarea de capacități de producție de gaze tehnice care să le susțină în mod eficient procesele de producție. Unul dintre pilonii noștri de dezvoltare este oferirea de soluții personalizate companiilor cu un necesar ridicat de gaz, constând în unități de producție construite la locația clientului.

Ce domeniu ocupă cea mai mare pondere în cifra de afaceri Linde și în ce constau soluțiile oferite acestora?

Industria metalurgică si cea chimică au cele mai mari nivele de consum. Soluțiile oferite sunt multiple, în funcție de sectorul de activitate al clientului și variază de la aplicații pentru sudură, până la tehnologii în metalurgie și chimie, de congelare sau ambalare alimente sau gaze respiratorii și alte produse folosite zilnic în medicină.

Există anumite domenii pe care le aveți în vedere în mod special pentru dezvoltarea afacerii în România?

Ne extindem momentan și în domeniul online, în a doua parte a anului trecut am lansat două soluții noi și anume magazinul online și o aplicație prin care clienții pot foarte ușor să interacționeze cu noi: pot nu doar să localizeze un centru de distribuție în apropiere, dar și să găsească amestecul de gaz potrivit și să-l comande, totul în aceeași aplicație.

Cum arată primele luni ale anului și ce estimări aveți pentru întregul an?

Ne dorim cel puțin păstrarea aceluiași nivel al cifrei de afaceri și al profitului, având în vedere că 2016 a reprezentat cel mai bun an din istoria Linde în România, înregistrând o cifră de afaceri de circa 120 mil. euro și o creștere de până la 20% a unor segmente de afaceri.

Care sunt planurile de viitor ale companiei?

Investim în mod constant în digitalizarea proceselor și în introducerea de tehnnologii noi, dedicate clienților noștri și în sprijinul atingerii performanțelor dorite de aceștia. Operăm într-un mediu economic dinamic și complex, în care inovația joacă un rol central. Cultura organizațională Linde, peste tot în lume, încurajează inovația, ideile angajaților traducându-se în soluții performante și avans tehnologic pentru clienții noștri.

ENGARDE, VISUL CONTINUĂ

ANA MARIA BRÂNZĂ SE DECLARĂ ADULTUL CARE A MUNCIT ZILNIC PENTRU A-ȘI ÎMPLINI VISUL ȘI CARE CONSIDERĂ CĂ EȘECUL ESTE CEL CARE TE ÎNVAȚĂ SĂ NU RENUNȚI.

Ana Maria Brânză, campioana olimpică la scrimă, se declară „dependentă“ de medalii și are în palmaresul său titluri precum cel de campioană olimpică la Rio de Janeiro în 2016, vicecampioană olimpică la Beijing în 2008, campioană mondială pe echipe în 2010 și 2011, de șapte ori campioană europeană în 2013, la individual și 2006, 2008, 2009, 2011, 2014, 2015 pe echipe, iar în sezoanele din 2007-08, 2008-09 și 2012-13 a fost declarată cea mai bună spadasină din lume.

Scrimera ne introduce în lumea ei, depănând alături de publicul din cadrul evenimentului Forbes Heroes poveștile din spatele rezultatelor ei din cei 20 de ani de carieră, cu momente în care a triumfat, dar și cu acelea mai puțin fericite, pe care sportiva a reușit să le depășească și să ajungă acolo unde și-a dorit dintotdeauna. Pe podium. Rememorează amintiri din perioada în care participa la competițiile de juniori, atunci când toată lumea din jurul său o compara cu Laura Badea (campioană olimpică, floretistă, 1996) și îi spuneau că „tu o să fii următoarea Laura Badea“, dar cu o ambiție și perseverență uluitoare, dar și încredere în propriile puteri, le spunea: „Nu, eu nu vreau să fiu Laura Badea, eu vreau să fiu Ana Brânză în continuare. Dar, eu vreau să fiu Ana Brânză campioană.“

Și-a dorit să ajungă la Jocurile Olimpice, iar visul i s-a împlinit. Mărturisește că nu a fost ușor, iar criteriile de calificare sunt mai grele decât competiția în sine. În urma câștigării campionatului mondial de juniori, Federația i-a oferit un bonus, astfel a putut merge la Atena pentru calificarea la Jocurile Olimpice, în 2004. „A fost cea mai grea competiție pentru mine. Competiția la care am plâns cel mai mult.“

După patru înfrângeri în preliminarii și cu două asalturi rămase, ca ultimă șansă, Ana Maria Brânză se califică, fiindu-i recunoscătoare antrenorului său, care a reușit să-i ridice moralul. Astfel, având alături oameni potriviți, la momentul oportun, dar și datorită ambiției și dorinței de a performa, ajunge la Atena, aflându-se printre cei mai importanți sportivi din lume.

Acel moment a fost memorabil pentru spadasină, care recunoaște că nu a avut eroi în copilărie „nici măcar pe Zorro sau pe D'Artagnan“ și spune că „simplul fapt că eram acolo, în lumea mare, conta enorm pentru mine“. A ieșit din competiție cu două victorii, una dintre acestea fiind cel puțin surprinzătoare. Românca Ana Maria Brânză, reușește în prima sa participare la JO să o învingă pe reprezentanta Ungariei, numărul doi mondial. Așa a realizat că poate avea o șansă, s-a întors acasă și s-a antrenat, iar după alți patru ani s-a dus la Beijing unde a reușit să obțină locul al doilea. „Știți ce mi-a spus toată lumea când am ajuns acasă? Păcat, ai pierdut aurul“. Ana le-a răspuns: „Îmi pare foarte rău să vă spun, dar am câștigat argintul.“

Uneori uităm să ne bucurăm pentru rezultatele obținute de sportivi și să le oferim suportul și susținerea de care orice sportiv are nevoie în timpul, dar și după competiția la care participă. Un loc pe podium este, în sine, o victorie.

După competiția de la Beijing s-a întors acasă cu o „datorie“, cea de a se prezenta din nou peste alți patru ani cu scopul de a câștiga medalia de aur, la Londra, de această dată alături de echipă. Aceasta a fost competiția „care

„SĂ-ȚI FIE FRICĂ DE OMUL CARE NU MAI ARE NIMIC DE PIERDUT.“
ANA MARIA BRÂNZĂ
SPORTIVĂ, CAMPIOANĂ OLIMPICĂ LA SCRIMĂ

ANDRADA MIHĂILESCU

ne-a îngenunchiat, toată lumea ne-a trimis la Londra cu medaliile de gât. Înainte de Londra, echipa de spadă a României era numărul 1 mondial. Am plecat cu medaliile și ne-am întors fără." Eșecul nu a descurajat-o pe Ana, care spune că „nu pot să rămân cu imaginea asta despre mine, nu pot să accept așa ceva și tocmai de asta am mers mai departe după Londra."

S-a întors de la Londra, moment în care echipa și anternorul său s-au hotărât să ia o pauza. Astfel, sportiva s-a văzut singură în sala de sport, antrenându-se cu junioarele. Dar nu a renunțat, a avut momente grele și a reușit să treacă peste acestea, iar în 2016 fosta echipă de la Londra s-a reîntregit pentru a-și lua revanșa la JO de la Rio.

La Rio, startul nu a fost, din nou, cel mai bun. Experiența de la Londra părea că se repetă, echipa nu a obținut nimic la individual, iar spadasina povestește că cele cinci zile până la proba pe echipe, după eșecul de la individual, au fost „cele mai lungi din viețile noastre. Nu mai știam scrimă, nu mai înțelegeam nimic", dar cu toate acestea fetele erau liniștite. Ajunse în ziua competiției detașate, au reușit să se monteze și să fie o echipă, învingând echipa Statelor Unite și a Rusiei despre care Ana Brânză spune că: „Rusia dacă vrea, poate înscrie în competiție trei echipe la fel de bune, să se bată toate între ele pentru locul întâi." Ajunse în finală, cu China, sportivele românce au reușit, fiecare dintre ele, „să nu mai luăm meciul pe cont propriu, ci s-a întâmplat ca fiecare dintre noi să punem o cărămidă în acel meci și să împlinim visul acestei generații". Ce urmează? Ana Maria Brânză nu se oprește aici. „Nu vreau să fiu eroul nimănui, vreau doar să fiu cea mai bună versiune a mea."

Țiparul succesului internațional

MURMUR ESTE UN BRAND DE MODĂ 100% ROMÂNESC CREAT ÎN URMĂ CU DOAR ȘASE ANI, DAR CARE A REUȘIT SĂ STEA „ÎN VITRINE“ ALĂTURI DE GIVENCHY, ARMANI, BURBERRY, DKNY, LANVIN SAU KARL LAGERFELD.

Andreea Bădală, designerul și fondatorul brandului Murmur, a fost mereu captivată de frumusețea corpului feminin. Pentru ea, foarfeca, ața și acul au reprezentat primul limbaj învățat. În detaliu, la ediția din acest an Forbes Heroes, Andreea ne-a plimbat prin toată lumea, pornind din casa bunicii ei, ce practica croitoria, și ajungând într-o lume greu de atins, cea a vedetelor internaționale și a magazinelor de lux.

„Până la șapte ani am stat la bunica mea, era croitoreasă. Știu, foarte multe bunici au fost croitorese, doar că ceea ce vedeam eu era un backstage de modă. Vedeam clientele care veneau și se schimbau în sufrageria bunicii. Eu eram copil, aveam voie să fac orice, să văd orice și mă fascina foarte mult tot procesul de dezbrăcare și îmbrăcare. Mi se părea foarte elegant, îmi plăcea să văd cum ajung de la rochie la furou, îmi plăcea să văd tot ce se întâmplă pe sub haine. (...) La opt ani m-am mutat pentru patru ani în Siria. Imaginați-vă ce schimbare de la toată acea fantezie, ajung în Siria, unde femeile erau acoperite. Mi-am dat seama, după mulți ani, că și perioada aceea a avut o influență asupra mea, pentru că, în momentul în care am început să nu mai văd lucruri la exterior, am început să strâng foarte mult la interior, să visez cu ochii deschiși. Am început să desenez, să scriu, să pictez foarte mult, să dau din interior spre exterior“, își amintește designerul.

În businessul pe care urma să-l creeze, fără să știe încă, au ajutat-o și studiile de fashion design la UNARTE București, dar și cursul de tipar creativ de la London College of Fashion, una dintre cele două școli prestigioase de modă din Londra. „A urmat formarea și stagiul la diverși designeri (Alexander McQueen şi Richard Nicoll - n.red.), care m-a ajutat foarte mult în a-mi găsi propriul drum. În perioada aceea, foarte intensă de acumulare, am început să prind încredere în mine. Mi-am dat seama că un brand trebuie construit pe o tangență între ceea ce simți tu să dai din interior și o nevoie de piață. A fost momentul în care profesorii m-au încurajat să merg pe propria personalitate“, a completat Andreea.

Studiind atent și piața de profil, a observat o nișă care se forma, o nișă a senzualității, prezentă în magazine și exprimată prin lenjerie, accesorii, cărți. O lume în care s-a regăsit, dar pe care voia să o facă prêt-a-porter. „Atunci m-am întrebat de ce nu aș face în nișa asta haine de purtat zilnic. M-am întors în țară, mi-am făcut un atelier în propria casă, am stat un an de zile și am construit brandul - produse, imagine, nume, poziționare ca preț, iar în 2011,

Marius Michailov

am lansat brandul sub forma unei instalații și a unei proiecții video. Filmul a fost plătit din prima mea comandă externă, livrată unui trust foarte mare din Orientul Mijlociu", își aduce aminte fondatoarea Murmur.

A creat un brand pe care-l descrie ca fiind nu doar senzual, cât și poetic, care aduce haina nu numai ca formă, cât și ca gest. Mai spune că femeile care poartă Murmur nu sunt neapărat frumoase estetic, ci sunt frumoase pentru că se cunosc și sunt curajoase pentru că-și acceptă vulnerabilitățile. În doar șase ani de la lansare, brandul a cunoscut o vizibilitate foarte mare. „În 2013, am luat prima comandă pe luisaviaroma.com, care ne-a propulsat foarte tare. Eram pe aceeași pagină cu Alexander McQueen și Dolce&Gabbana, iar vizibilitatea ne-a oferit o vânzare de 99% a primului stoc trimis". Din scurta istorie a brandului nu lipsesc numele vedetelor internaționale, Andreea spunând că aceste apariții au cel mai mare return în vânzări. După ce a fost descoperită de mai multe echipe de creație și styling pentru vedete, au urmat colaborări cu Beyonce, Madonna, Katy Perry sau Lady Gaga. „Primele momente de retur au fost când le-am văzut pe Gigi Hadid sau pe Kylie Jenner purtând hainele noastre pe stradă. A fost pentru prima oară când nu am făcut față comenzilor și a trebuit să spunem fiecărui client că este pe lista de așteptare, iar el să ia o decizie. N-am avut niciun retur, toată lumea a așteptat".

Iarna 2016 s-a terminat pentru Murmur cu un pop-up store în Galeriile Lafayette din Paris, iar începutul acestui an a dus brandul pe piața din Asia. „Noi avem un showroom mic și atelier pe strada Icoanei, de unde livrăm în L.A., în Hollywood, în toate colțurile lumii unde putem. Eu când intru în spațiul ăsta, care este o casă normală, nu văd asta. Văd mai departe, mă folosesc de fantezie și proiectez. Fără fantezie nu aș putea trăi", încheie designerul relatarea capitolelor scrise până acum din povestea Murmur.

O GIMNASTĂ DE AUR

A ÎNCEPUT GIMNASTICA LA PATRU ANI. ÎN PREZENT, CU O EXPERIENȚĂ DE 26 DE ANI ÎN SPORT, DIN CARE 16 PETRECUȚI ÎN CANTONAMENTE, MĂRTURISEȘTE CĂ A STAT MAI MULT ÎNTR-O CAMERĂ DE HOTEL DECÂT ACASĂ.

Cătălina Ponor a făcut istorie și a câștigat medalia de aur la Campionatele Europene de Gimnastică de la Cluj, anul acesta, alături de Marian Drăgulescu, care a obținut medalia de aur la sol.

Desigur, campioana noastră deține un palmares impresionant, demn de respect și recunoștință, în care a adunat zeci de medalii, printre care se numără cele cinci medalii olimpice, din care trei sunt de aur, 13 medalii europene - opt dintre acestea fiind de aur - și șapte medalii la campionate mondiale.

Probabil că mulți dintre noi am auzit și am urmărit prestațiile Cătălinei la Olimpiade, la Mondiale sau Europene, dar nu toți îi cunoaștem povestea și modul cum pasiunea, dăruirea, disciplina și dorința au făcut din Cătălina Ponor o triplă campioană olimpică. Ambiția acesteia este o lecție pentru noi toți, devotamentul ei și perseverența sunt motivele rezultatelor sale de aur, iar în spatele acestora se află o muncă titanică.

Sportiva a povestit, în cadrul evenimentului Forbes Heroes din acest an, că în viața unui gimnast sunt și momente grele, pe care fără ambiție nu le poți depăși. Mărturisește că „atunci când spun greu, ajungi și la momentul în care uneori rămâi fără antrenor și ajungi să te antrenezi, într-un fel, singur."

Cătălina Ponor vorbește despre sportivi, în general, dar ajunge să detalieze cele două retrageri ale sale. Prima a fost de patru ani, iar cea de-a doua de trei ani. S-a retras pentru că, spune ea, avea nevoie de relaxare și de liniște pentru a se putea remonta. Una dintre retrageri a fost din motive medicale, fiindcă, după cum afirmă Cătălina, sportivii întâmpină multe probleme de sănătate pe parcursul carierei lor.

În 2004, a câștigat două medalii de aur la Olimpiadă, iar după retragerea din 2007 a spus: „«Nu vreau să mai văd sala. Gata, mă retrag. Am probleme de sănătate și nu vreau să mai văd sala, este mult prea mult pentru mine și cred că este suficient cât am stat prin cantonamente, câte sacrificii am făcut, nu mai este nevoie să revin în gimnastică.» Deoarece vârsta mea deja creștea."

Spune că „să faci gimnastică la 29 de ani este greu. De ce? Pentru că noi începem de la o vârstă foarte fragedă, iar organismul nostru este uzat și undeva pe la 19 ani deja te consideri bătrân în sportul acesta, din păcate."

Cătălina Ponor se consideră norocoasă, deoarece organismul ei a ajutat-o să treacă peste toate aceste obstacole, reușind să își îndeplinească visul, acela de a fi tot mai sus.

Constată, de altfel, un dezinteres tot mai crescut în rândul copiilor de a practica sport, dar îi sfătuiește pe micuți și pe părinții acestora, să vină în sala de sport, pentru că „niciodată nu știi de unde sare iepurele, iar copilul își poate descoperi o pasiune, un talent și, de ce nu, poate ajunge într-o zi precum marii campioni ai României".

Cătălina Ponor îi sfătuiește pe părinți să își susțină copilul în practicarea gimnasticii, așa cum și ea a avut suport din partea mamei sale, dar constată și aici un dezinteres tot mai crescut.

„ÎMI DORESC ÎN CONTINUARE SĂ CÂȘTIG, SĂ FIU SUS."
CĂTĂLINA PONOR, SPORTIVĂ, CAMPIOANĂ OLIMPICĂ LA GIMNASTICĂ

„Chiar dacă pare că nu-și doresc la fel de mult cum ne doream noi, sperăm să reușim să aducem în sport ceea ce e bun și ceea ce e frumos, să reușim să aducem gimnastica undeva sus, din nou, aducând medalii României".

ANDRADA MIHĂILESCU

HEROES

BINELE ADUCE ȘI MAI MULT BINE

UN OM AL CIFRELOR ȘTIE CEL MAI BINE SĂ ARATE BENEFICIILE BINELUI FĂCUT ALTORA. FORMULA PARE MAGICĂ, DAR ESTE CÂT SE POATE DE PRAGMATICĂ.

Pe Ciprian Lăduncă, CFO & CSR Executive al Metropolitan Life România, experiența de peste 20 de ani în domeniul financiar și cunoștințele solide în guvernanța corporativă nu l-au împiedicat să vadă dincolo de cifre. Din contră. L-au ajutat să înțeleagă beneficiile pe care le pot aduce sumele mici corect alocate.

S-a orientat spre proiectele de CSR acum doi ani, în momentul în care a observat că, la nivel global, grupul Metropolitan are un buget de 200 de milioane de dolari pentru aceste activități. Și-a propus să atragă o parte din sumă în România. „Când ai o idee, sunt foarte multe persoane care explică de ce nu se poate: nu avem echipă, nu avem oameni pe CSR, nu avem departamente de CSR, nu avem surse, ne va fi greu", a spus Ciprian Lăduncă, în cadrul celei de-a patra ediții a Forbes Heroes. În ciuda impedimentelor invocate, a decis să se implice în atragerea unei părți din acești bani în România, bazându-se pe echipă, pe cei 150 de angajați. De-atunci, grupul de voluntari din Metropolitan Life a fost implicat în peste 15 acțiuni de CSR, alături de cinci ONG-uri. Chiar dacă aceste acțiuni le iau din timp și nu sunt comode, le fac multă plăcere angajaților. „Numărul voluntarilor din Metropolitan Life este mai mare decât cel al angajaților, fiindcă angajații vin la evenimentele noastre însoțiți de copii, de frați, de surori, de soți, de soții." Sunt peste 200 de voluntari la Metropolitan Life, care au dedicat mii de ore activităților de CSR în care au cuprins peste 5.000 de beneficiari. „Astfel, ideea unei corporații de a face bine se mută la nivelul individului", a detaliat Lăduncă. Beneficiile pentru cei care fac bine sunt însă multiple.

„În primul rând, ei intră într-un grup. Socializează cu un grup de oameni care au un singur interes: să facă bine celor din jurul lor. Acei oameni înțeleg suferința și apreciază ce se întâmplă în viața lor, astăzi. Sunt unii care nu sunt fericiți și noi trebuie să-i facem fericiți. Să faci bine înseamnă să încerci să faci un pic mai bine pentru cei din jur." Pentru el, implicarea în acțiuni de Corporate Social Responsability i-a permis să se dezvolte și îi aduce multe beneficii, având un sentiment extraordinar când le face bine copiilor.

De la mijlocul anului 2015 până în prezent, echipa Metropolitan Life a atras în România un milion de dolari, pe care i-a investit în proiecte sociale, mai ales în educație financiară, dar și socială. „Un milion de dolari înseamnă puțin, doar câteva acțiuni, dar nu tot ceea ce se poate face", a mai spus Lăduncă. De exemplu, nu este tot ceea ce se poate face pentru copiii ai căror părinți sunt plecați în străinătate. Pe aceștia, i-au pus în contact cu atmosfera de familie printr-un program prin care angajații Metropolitan Life le oferă suport emoțional și își petrec timp cu ei.

Pentru ca o persoană să facă bine, experții spun că se poate aloca pentru un ONG minimum 1% dintr-un salariu de 1.000 de euro. „45 de lei reprezintă dublarea normei de hrană pentru un copil dintr-un centru de plasament", a subliniat Lăduncă. Peste 30% dintre angajații Metropolitan Life, aproximativ 50 de persoane, alocă din salariul lor, lunar, printr-un program cu United Way, o anumită sumă pentru programele sociale.

De asemenea, Ciprian Lăduncă a subliniat că nu este nevoie de foarte mult pentru a ne simți fiecare dintre noi în siguranță financiară. A reamintit și a insistat pe recomandarea că, pentru a avea o viață liniștită, este suficient să se aloce, lunar, pentru economisire și programe financiare, 10% dintr-un salariu de 1.000 de euro: „Este mult să pui deoparte 100 de euro pentru viitor, pentru situațiile neprevăzute, când ai un salariu de 1.000 de euro? Consider că nu". În România, Metropolitan Life are două milioane de clienți, un milion de clienți pe pensii private și altul pe asigurări. „Asta înseamnă responsabilitate față de familie, față de tine ca persoană."

„SĂ FACI BINE ÎNSEAMNĂ SĂ ÎNCERCI SĂ FACI UN PIC MAI BINE PENTRU CEI DIN JUR."
CIPRIAN LĂDUNCĂ, CFO&CSR EXECUTIVE AL METROPOLITAN LIFE ROMÂNIA

Marius Michailov

Andrada Mihăilescu

PROVOACĂ-TE PERMANENT!

NU ESTE UN MARE IUBITOR AL NEAMULUI PISICESC, ÎNSĂ ESTE ÎNDRĂGOSTIT DE INOVAȚIE, STRATEGIE, PUBLICITATE, CAFEA ȘI SOMN - DAR PE CARE-L CAM NEGLIJEAZĂ DE CEVA TIMP.

Cu o experiență de peste zece ani în Organisational Development, Strategie și Digital, lucrând ca Sales Manager @ AvocatNet.ro și Gazeta Sporturilor, Chief Innovation Officer la Grapefruit, a cofondat Rat Labs Accelerator, RageApp.io și The Beards Studio, Claudiu Jojatu a vorbit despre disciplină și inovație, în cadrul evenimentului Forbes Heroes.

Acesta nu se consideră un erou și nu acceptă lucrurile exact așa cum ne sunt servite. Și, ca orice creativ, disecă un lucru și încearcă să găsească o soluție mai eficientă, iar pe noi ne îndeamnă să facem același lucru, „să nu luăm, întotdeauna, lucrurile așa cum sunt ele, cum ne sunt puse pe tavă, ci să le luăm, să le challenge-uim și, în permanență, să găsim noi forme de a face lucrurile."

Creativul atrage atenția asupra percepției greșite a noțiunii de „inovație", despre cum oamenii înțeleg și asociază inovația cu tehnologia, digitalul ori calculatoarele. Însă, Claudiu amintește că „tot ceea ce creăm, tot ceea ce facem, indiferent că este sau nu digital, este creat de oameni pentru oameni". Vorbește despre mai multe mituri cum ar fi: Inovație=Invenție. Nimic mai greșit, Jojatu explică printr-un exemplu foarte simplu, că „inovația nu este despre a inventa motorul, ci despre a-l îmbunătăți. De exemplu, motorul cu combustie internă există de foarte mult timp, dar, când s-au gândit unii să pună biturbo pe el și să scoată dintr-un motor de 1,6 litri 260 de cai-putere, acolo este partea de inovație. Un alt mit ar mai fi că inovația este despre idei. „Nu, din punctul meu de vedere este despre probleme. Despre a descoperi problema și a găsi soluții, nu despre idei", iar o altă idee greșită despre inovație vizează prețul acesteia. Și aici, Jojatu contrazice și vine cu argumentul că, dacă o facem treptat și procedural vom reuși. „Trebuie să o faci cu pași mici, cu pași care să nu fie foarte mari consumatori de timp și de resurse financiare." Creativul este de părere că, pentru a inova trebuie să identifici mai întâi problemele tale, ale companiei, ale consumatorilor și astfel să găsești o soluție ce poate fi inovativă.

„INOVAȚIA ESTE DESPRE A DESCOPERI PROBLEMA ȘI A GĂSI SOLUȚII, NU DESPRE IDEI."
CLAUDIU JOJATU
DIGITAL DIRECTOR, AGENȚIA FRIENDS/ TBWA

Să gândim măreț! Claudiu Jojatu ne sfătuiește să avem țeluri mari, să nu avem limite și să tindem cât de sus putem, pentru că, doar așa am putea impacta major. La fel de important este să cunoaștem insight-urile, să le descoperim, să le căutăm și să găsim soluții. De asemenea, Jojatu ne îndeamnă să știm care sunt convențiile, să le înțelegem, să creăm prototipuri și să le testăm, iar, dacă dăm greș, acest lucru ar trebui să fie în favoarea noastră, deoarece astfel putem învăța, repara și relua acest sistem de la capăt. Deci, îndemnul lui Claudiu Jojatu este să prototipezi, testezi, greșești, înveți și apoi reiei până ajungi la un produs final ce poate impacta targetul tău. Pentru a ne atinge obiectivele, Claudiu ne propune să fim atenți la „drum" și să ne uităm de-o parte și de cealaltă a drumului, să observăm ce fac și celelalte industrii, pentru că „de multe ori pentru a ajunge din punctul A în punctul B ai foarte multe variante și s-ar putea ca soluția dreaptă și cea mai rapidă să nu fie cea mai potrivită pentru tine." Sfatul pe care Claudiu Jojatu îl oferă tinerilor este acela de a fi modești și deschiși în fața ideilor și a creativității. „Nu te îndrăgosti de ideea ta, ci îndrăgostește-te de soluție". De asemenea, crede el, ideile creative nu vor putea veni sub presiunea stresului și epuizării fizice, deci e nevoie de mult sport și concentrare asupra țintei propuse. El este de părere că un lucru neînsemnat, precum patul făcut de dimineață, este primul task pe care trebuie să îl faci într-o zi petru ca următoarele task-uri să ți se pară mult mai ușor de îndeplinit.

EZOTERICA ARTMANIA

CODRUȚA VULCU ESTE FONDATOAREA ȘI DIRECTOAREA A DOUĂ FESTIVALURI IMPORTANTE DIN ROMÂNIA: FESTIVALUL ARTMANIA, PROMOTOR CONSACRAT AL MUZICII ROCK, ȘI BLAJ ALIVE FESTIVAL, DEDICAT MUZICII ALTERNATIVE.

A inițiat unul dintre cele mai importante proiecte pentru industria internațională de spectacol, East European Music Conference, care va avea loc la Sibiu și unde vor veni cei mai importanți reprezentanți ai industriei europene de spectacol, oameni de afaceri, directorii celor mai mari festivaluri, organizatori de spectacole cu mari trupe, până la specialiști internaționali în securitate, avocați și experți în complicatul sistem internațional de taxe.

Pasiunea sa pentru artă a descoperit-o pe când avea 12 ani, când tatăl său s-a întors din Germania și i-a dăruit un casetofon Grundig. Bineînțeles, familiei nu i-a fost ușor să accepte că fata lor vrea să devină artistă, într-un mediu în care bunicul era un neurochirurg respectabil, iar tatăl inginer, Codruța avea să destabilizeze acest curs, găsindu-și vocația într-un domeniu diametral opus de cel pe care familia îl dorea pentru aceasta. A fost acceptată la liceul de artă din Sibiu. Părinții au tot sperat „că în patru ani voi ajunge să fac măcar arhitectura, scăzuseră chiar ei standardele." După doi ani de liceu, Codruța Vulcu vrea să se mute la liceul de arte din București, unde după lungi discuții reușește să-și convingă familia, astfel că vine în Capitală, la Liceul Nicolae Tonitza. După absolvirea liceului, aplică la Facultatea de Arte din București, unde este admisă la specializarea Foto, Video, Procesare computerizată a imaginii. În timpul verii, își câștiga bani făcând fotografii la festivalurile europene. Fiindcă îi plăceau muzica, arta și să călătorească, hotărăște să lucreze în presa scrisă.

În 2001, se remarcă într-o conferință de presă a trupei Nightwish, care concertase la Festivalul de la Sighet. În urma unei discuții cu managerul trupei, ajunge să-i promită acestuia că-i va invita din nou în România, în condițiile în care ea nu știa nimic despre organizarea unui eveniment. „Mi-am zis, deci, am o problemă. Nu de alta, dar eu nu mai organizasem nici măcar Balul Bobocilor, ce să mai vorbim de un concert."

Pe lângă această pasiune pentru muzică, era încă studentă la arte și cu ajutorul profesorului său, Iosif Kiraly, a reușit să aibă prima sa expoziție personală la Muzeul de Artă Contemporană, și fiindcă își dorea foarte mult să ajungă în Nord, dar și datorită ajutorului din partea profesorului său, i-a fost acceptat proiectul la Muzeul de Artă Contemporană din Helsinki.

„SIBIUL ERA CU UN AN ÎNAINTE DE CAPITALA CULTURALĂ, NU ERA EFERVESCENȚA DE ACUM. ORAȘUL ERA ÎN RENOVARE, MULTE CLĂDIRI ÎN RESTAURARE. NOI ADUCEAM ROCKERII ÎN ORAȘ."
CODRUȚA VULCU, FONDATOARE ȘI DIRECTOR ARTMANIA

Bineînțeles, nu a uitat de promisiunea făcută, și astfel hotărăște să organizeze concertul. A mărturisit, în cadrul evenimentului Forbes Heroes, cum într-o vară a început să meargă la festivaluri europene, cu toate că până atunci participase la numeroase concerte și festivaluri

ANDRADA MIHĂILESCU

europene, dar niciodată în postura în care urma să o facă acum. „Am început să număr câte toalete sunt puse, câte scene sunt, câte cabluri, câte... și aveam așa niște schițe pe care făceam... pentru că nu cunoșteam pe nimeni din industrie."

2004 a fost anul în care a organizat primul său eveniment la Sala Palatului, cu biletele sold out cu o lună înainte. S-a ținut de promisiune, iar trupa Nightwish a concertat din nou, iar evenimentul s-a desfășurat cu succes.

În urma evenimentului, Codruța păstrează legătura cu formația, iar anul următor merge în turneu cu aceștia. Acolo, în urma unui concert îi mărturisește managerului trupei, Ewo, că vrea să organizeze un festival „și îl fac la Sibiu și se va numi ARTmania, pentru că este vorba despre maniaci după artă și o să mai fac un lucru, o să fie și despre fotografie, o să avem și artă, o să avem și film."

Și-a făcut planurile pentru festival și a sperat ca fostul primar al Sibiului, actualul președinte al României, Klaus Iohannis, să aprobe acele planuri și să le ofere Piața Mare din Sibiu pentru găzduirea concertului la care Codruța avea să-i aducă pe membrii trupei HIM, Nightwish, Opeth, Amorphis, Anathema, Lacrimosa, Tiamat, My Dying Bride și Within Temptation. „Eu am venit cu ideea să punem carduri și să cer bilete de intrare în Piața Mare." Și a reușit, a primit aprobarea lui Klaus Iohannis, dar a avut mici probleme înainte cu două săptămâni de eveniment, la ședința de avizare publică, unde s-a pus problema de a se anula festivalul din cauza unor motive absurde pe baza versurilor uneia dintre trupele ce avea să concerteze. Acest lucru nu s-a întamplat, iar ARTmania s-a desfășurat din 2006, în fiecare an, proiectul mergând înainte și crescând de la an la an.

„EROU NU ESTE ACELA PE CARE ÎL VEDEM NOI PE FACEBOOK. EROU ESTE ACEL OM CARE SE TREZEȘTE ÎN FIECARE DIMINEAȚĂ CU CONȘTIINȚA ÎMPĂCATĂ.“

DAMIAN DRĂGHICI
ARTIST

Marius Michailov

UN SIMPLU OM

ESTE ARTIST INTERNAȚIONAL, UN AMBASADOR AL DREPTURILOR ROMILOR ȘI UNUL DINTRE PRIMII MEMBRI DE ETNIE ROMĂ DIN PARLAMENTUL EUROPEAN, DAR ȘI DEȚINĂTOR AL UNUI PREMIU GRAMMY ȘI INVENTATOR BREVETAT AL „NAIULUI ELECTROACUSTIC DAMIAN“.

Damian Drăghici a vorbit în cadrul evenimentului inspirațional Forbes Heroes despre dragoste și frică afirmând că în viață fie faci totul din dragoste, fie din frică. Consideră că „experiențele din viață m-au schimbat și m-au făcut un alt om. (...) Experiențele sunt acelea pe care le-am trecut cu frică, dar le-am trecut aparent puternic și cu forță.“

Drăghici mărturisește că, de fiecare dată când suntem conduși de frică, evoluăm și trecem la nivelul următor. Așa funcționează și percepe artistul termenul pe care noi, adeseori, îl asociem cu slăbiciunea și neîncrederea. Se spune că, în general, o societate este construită pe frică, iar fricile se hrănesc cu tristețe, nesiguranță și suferință, dar și cu toate energiile negative pe care le transmitem atunci când ne lăsăm conduși de aceasta.

Astfel, Damian Drăghici ne poartă prin amintirile sale și deciziile pe care a fost nevoit să le ia și care i-au schimbat cu totul traiectoria în viață. Și-a ascultat inima și de multe ori, împins de frică, a evoluat, crescând tot mai mult.

A fugit din România când avea numai 18 ani, a simțit că trebuie să facă acest lucru și a reușit: „A fost și un moment în care, din dragoste, am schimbat ceva în viața mea, dar 99% aș putea spune că din frică.“ Așadar, frica l-a condus pe Damian dincolo de granițele țării, frica de acel regim care îți asuprea orice drept și care te făcea „sclavul“ ei. La vârsta aceea, habar n-avea ce urma să se întâmple, „am plecat de frică, crezând că Ceaușescu o să dureze 50 de ani“.

A trecut granița prin Iugoslavia și a ajuns în Grecia din „greșeală“, spunând că „de fapt voiam să ajung în Italia“. Acolo avea să experimenteze și un alt stil de viață, unde din nou, condus de frică. ajunge să cerșească pentru a se întreține. „Am ajuns în Grecia și de frică să nu mor de foame, am început să cerșesc, să cânt cu naiul pe străzi.“

Damian Drăghici afirmă că, pe baza emoției pe care frica i-o crea, a început să facă „lucruri“, pentru a o depăși și astfel a început să cunoască oameni și să lucreze cu aceștia, până într-o zi, când i s-a oferit oportunitatea de a pleca, printr-o bursă de studiu integrală, în Statele Unite ale Americii la Colegiul de Muzică Berklee din Boston.

Spune că oamenii se nasc cu doar două frici: frica de a cădea pe spate și frica de zgomot. Celelalte frici sunt învățate, ne sunt transmise de către familie, apropiați și, în general, de către societatea în care trăim. Oamenii nu aleg în mod deliberat de ce le este frică, ci acest sentiment îi acaparează pe fondul neîncrederii sau chiar din cauza acelor persoane care încercă să obțină ceva de la ei.

Damian Drăghici se descrie ca „un simplu om“, însă, în această simplitate găsim și foarte multă esență și substanță, de la care ai de învățat sau, cel puțin vrei să-l asculți cu plăcere de fiecare dată când vorbește. Așa că artistul ne invită să reflectăm asupra a ceea ce ne guvernează într-adevăr și de ce sentiment ne lăsăm purtați în viață. „Dacă frica este cea care ne conduce să facem lucrurile, atunci de ce alegem frica și nu alegem dragostea?“. În încheiere, Drăghici ne sfătuiește să avem grijă la aparență, adică „ce vrem să părem și ce suntem noi cu adevărat, fiindcă tot adevărul va ieși la suprafață“

Pasiunea înseamnă succes

LA VÂRSTA LA CARE CEI MAI MULȚI DE-ABIA ÎȘI ÎNCEP ADEVĂRATA ASCENSIUNE PROFESIONALĂ, UN MUREȘEAN ȘTIE CUM SE AJUNGE ÎN RÂNDURILE CELOR MAI STIMAȚI MEMBRI AI MEDIULUI UNIVERSITAR. ESTE DISPUS SĂ LE EXPLICE ȘI ALTORA ȘI SĂ ÎI SPRIJINE SĂ URCE.

Cu umor și relaxat, profesorul Dan – Cristian Vodnar, Prorectorul responsabil cu activitatea de cercetare, în cadrul Universității de Ştiinţe Agricole şi Medicină Veterinară (USAMV), din Cluj-Napoca, a susținut, totuși, ferm, în cadrul celei de-a patra ediții a Forbes Heroes 2017, un mini curs despre muncă, responsabilitate, perseverență și multă pasiune.

Specializat în biotehnologie alimentară și gastronomie moleculară, el este cel mai tânăr prorector din țara noastră și autorul a cinci brevete de invenție, pentru care a obținut zece medalii la saloanele internaționale de inventică, dintre care Medalia de Aur la Salonul Internațional de Inventică (Geneva, 2017). La acestea se adăugă alte 32 de premii naționale și internaționale, dintre care cel mai prestigios este „Young Scientist Award“ (Viena, 2014). A coordonat opt proiecte de cercetare națională, două granturi academice și trei granturi europene.

Provenit dintr-o modestă familie (mama a fost frizeriță, iar tatăl electrician, în mină), din Băile Borșa (județul Mureș), a învățat că, pentru a avea succes, trebuie să ai încredere, în clasa a X-a. Atunci o agenție de modeling din Cluj-Napoca l-a selectat dintre 250 de participanți printre cei 11 băieți viitori manechini. Acest succes l-a transformat dintr-un „motănel“ într-un „leu“: „Acea atitudine o păstrez și în acest moment. Trebuie să ai încredere. Atitudinea face diferența dintre noi și ceilalți.“ De-atunci, timp de aproximativ cinci ani, a avut o carieră în modeling, în paralel cu studiile (liceu, facultate).

Și-a descoperit pasiunea, Facultatea de Șiință și Tehnologia Alimentelor, de la USAMV, la un an de la terminarea liceului, după ce a încercat să urmeze cursurile Facultății de Chimie. După primul an la Șiința și Tehnologia Alimentelor, încheiat cu media 8, dezamăgit de prietenii de-atunci, din 1 octombrie 2002, a tăiat legătura cu viața anterioară – a renunțat la fumat și și- a schimbat numărul de telefon. A terminat cu nota 10 următorii patru ani de facultate. „O spun fără niciun fel de modestie. A fost ambiție, dar a fost și multă pasiune.“

În timpul facultății a realizat că nu este benefic modelul școlii românești, care te învață să nu greșești. Datorită rezultatelor, a primit o bursă de studii în Germania, unde, în prima săptămână, nu a vorbit cu nimeni, pentru că știa doar engleza, nu și germana și nu dorea să se exprime greșit. „Dar cel mai bine am învățat din greșelile personale”, a recunoscut Vodnar. Dintr-o altă greșeală personală, îmbrăcămintea neadecvată la prima abordare a profesoarei care i-a coordonat doctoratul, a învățat să renunțe la prejudecăți – profesoara nu i-a reproșat „look-ul“, fiind mai interesată de pregătirea lui profesională.

După doctorat, a primit o nouă bursă în Germania, care i-a permis să editeze primele trei publicații internaționale, dar, ulterior, și-a construit cariera și cu pasiune. Pasiune dusă la extrem: dormea în laborator. Acum lucrează doar între orele 8 și oelea 19:30, pentru că își dedică mai mult timp familiei și copilului.

De anul trecut, este cel mai tânăr prorector dintr-o universitate de stat din România, fiind conducător de doctorat și având o echipă de cercetători cu o medie de vârstă de sub 29 de ani. „I-am adunat pe cei mai pasionați studenți, nu pe cei mai buni, cărora le-am oferit burse din salariul meu, astfel încât să simtă motivația faptului că vin și lucrează în laborator. Toate proiectele dezvoltate împreună cu echipa de cercetare au avut drept scop îmbunătățirea calității vieții“, a precizat Vodnar.

Au inventat eticheta cu activitate microbiană, care este aplicată pe suprafața fructelor cu coajă, iar prin dezintegrare spală fructul respectiv de microorganisme. Altă invenție este Projelly, un jeleu cu bacterii microbiotice încapsulate, respectiv bacteriile necesare oamenilor care prin încapsulare nu sunt distruse în mediul acid din stomac. Pelicula microbiană este o altă invenție pentru care a obținut medalia la Geneva, fiind un patent livrabil deja.

„PERSEVERENȚA BATE INTELIGENȚA. PASIUNEA ÎNSEAMNĂ SUCCES. VALOAREA OAMENILOR ESTE MAI MARE DECÂT PREJUDECATA CELORLALȚI.“
DAN – CRISTIAN VODNAR, PRORECTOR USAMV (CLUJ-NAPOCA)

„Poate și dumneavoastră ați căzut de șapte ori, poate ați avut idei pe care nu le-ați finalizat, dar nu trebuie să vă lăsați niciodată. Trebuie să lupți pentru visul tău, să mergi de fiecare dată mai departe. Nu că nu are importanță ce cred ceilalți, dar părerea ta despre visul tău este cea mai impotantă. Perseverența bate inteligența. Pasiunea înseamnă succes. Valoarea oamenilor este mai mare decât prejudecata celorlalți.“

MARIUS MICHAILOV

Sedus de București

RELAȚIA LUI EDMOND NICULUȘCĂ CU BUCUREȘTIUL ESTE BINECUNOSCUTĂ, DAR MOTIVUL PENTRU CARE EL A ALES SĂ „SALVEZE“ ORAȘUL, MAI PUȚIN.

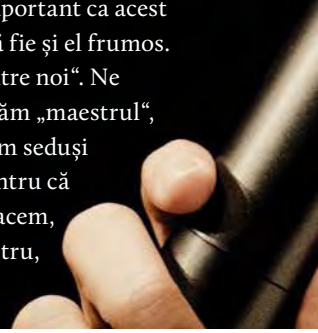
Este cunoscut pentru proiectele dedicate salvării și promovării patrimoniului Bucureștiului, dar și pentru programele culturale desfășurate de Asociația Română pentru Cultură, Educație și Normalitate (A.R.C.E.N.). Cele mai cunoscute proiecte ale sale sunt „Cu bastonul prin București“ (organizează, de mai mulți ani, tururi la pas cu bastonul prin Capitală și vorbește, de parcă ar fi din vremurile de demult, despre istorie, literatură și urbanism) și „Trecutul care obligă“ (proiect cu care a reușit, la 18 ani, să restaureze Școala Centrală, o operă a arhitectului Ion Mincu, deblocând șase milioane de euro de la Banca Europeană de Investiții).

În fața audienței de la evenimentul Forbes Heroes, Edmond s-a gândit că ar fi de folos să povestească despre motivul pentru care face ceea ce face de vreo zece ani încoace. „Iar motivul pentru care am început să salvez Bucureștiul pleacă de la ideea de a fi sedus. Am căutat de-a lungul vieții mele, scurte, un maestru. Am trăit întreaga adolescență și apoi finalul ei cu această lipsă. Ce este un maestru? - m-am întrebat de multe ori când îl căutam. Este un mare seducător și ajungând la limba latină, căutând sensul cuvântului seducție, am aflat că este cel care te ia și te pune pe adevărata ta cale, nu pe calea lui. N-am avut parte de maestru, dar am avut parte de o serie de întâlniri cu oameni care, pentru o anumită perioadă, m-au sedus“, povestește președintele A.R.C.E.N. Prima astfel de întâlnire a avut loc când acesta avea zece ani (acum, Edmond are 27 de ani - n.red.), cu un om care a trăit 102 ani și cu care el a învățat limba franceză. Profesoara care-l învăța limba franceză a devenit prietena sa, creându-se o intimitate ce a făcut ca orele de franceză să nu mai fie ore de franceză, ci întâlniri cu un om care aparținea unei lumi din care nimeni din jurul lui nu făcuse parte. „Era lumea de dinainte de ultimul mare război. Ore întregi, zile întregi, veri întregi am refuzat să le mai consum cu vacanțe și mergeam lunea, miercurea și vinerea câte 4-5 ore să vorbesc cu acest om. Erau ore în care eu puneam întrebări despre cum era înainte. Am avut parte de un contact cu o lume care astăzi nu mai există. Mi-a povestit cum erau cursurile la Facultatea de Istorie, Litere, Filosofie cu Nicolae Iorga, cum se făceau culoare când trecea pe holurile Universității din București“.

Toate cele povestite mai sus l-au făcut să-și dea seama cât de aproape a fost de o generație pe care a admirat-o de atâtea ori în cărți. „Am mai făcut o legătură, am constatat că orașul este doar un decor și că noi oamenii, suntem ființele cele mai vremelnice și că ceea ce rămâne într-un oraș sunt clădirile, străzile și de multe ori, arborii. Orașul are straturi de memorie. Acum (la evenimentul Forbes Heroes, pe strada Actor Ion Brezoianu - n.red.) suntem la Palatul Adevărul, în acest palat sunt multe straturi de memorie. Aici era o redacție extrem de importantă, Universul, apăruse și o vorbă în perioada interbelică - șantajul și etajul. Era cel mai corupt și, totodată, cel mai influent ziar din acea perioadă“.

Prima revelație a avut-o când aceeași profesoară i-a spus că a avut bursă la Școala Centrală. După 80 de ani, chiar el ajungea elev la Școala Centrală. „Între noi erau straturi întregi de memorie și ne lega pe toți spațiul acela, ferestrele acelea și poate chiar frasinul aflat în inima curții interioare“.

Chiar dacă rămâne sedus de perioada „Micului Paris“, Edmond rămâne ancorat în realitatea contemporană și cunoaște problemele mari de legislație, probleme mari legate de instrumente, dar dincolo de toate acestea, crede că toate acestea pot fi suplinite prin voința de a face ceva, pentru un București frumos. „Viața are două coordonate - timp și spațiu - și întotdeauna le spun sutelor de oameni care vin la traseele prin București că dacă vrem să avem o viață frumoasă, e important ca acest decor, acest spațiu să fie și el frumos. Și ține de fiecare dintre noi“. Ne sfătuiește să ne căutăm „maestrul“, să căutăm să ne lăsăm seduși de ceea ce facem, pentru că dacă iubim ceea ce facem, vom fi, la rândul nostru, maeștri.



Marius Michailov

ÎNOVAȚIA COTIDIANĂ

TEHNOLOGIA POATE FI O SPERIETOARE, DE CARE SĂ FUGI, SAU O OPORTUNITATE CARE SĂ ADUCĂ O NOUĂ FAŢETĂ SUCCESULUI. DACĂ VREI SĂ MERGI MAI DEPARTE, ALEGI A DOUA OPŢIUNE.

Mai puțin de 90 de minute au fost suficiente pentru ca aproape 200 de fresh-uri de portocale să ajungă de pe rafturile Carrefour la teatrul Apollo 111, aflat în apropierea Parcului Cișmgiu, în timpul celei de-a patra ediții a Forbes Heroes. Achiziția a fost făcută de Ionuț Nițoi, directorul hipermarketului Carrefour Colentina, prin intermediul aplicației Bringo, pentru implementarea căreia este șef de proiect în cadrul retailer-ului.

Nițoi este directorul Carrefour Colentina de doi ani, însă are o experiență de peste 15 ani în retail, în cadrul Carrefour România. În iunie 2001, s-a angajat la Carrefour, pentru că își dorea să fie director de magazin. Bucureșteanul a început dintr-o poziție simplă, lucrător recepție marfă, în depozit, însă și-a atins obiectivul și-a început ascensiunea în 2006, cu funcția de manager al Departament de Produse Proaspete din cadrul magazinului Carrefour Băneasa. Pentru a avansa, s-a mutat, în 2008, la Brăila, unde a fost directorul hipermarketului Carrefour Brăila. „La Brăila a fost o experiență plăcută, pentru că am simțit că pot să fac într-un hipermarket ce vreau eu."

Datorită rezultatelor obținute, în 2015, a fost avansat în funcția actuală, de director al Carrefour Colentina, hipermarket care a devenit, sub managementul său, unul dintre cele mai inovative magazine din portofoliul Carrefour România, de 32 de hipermarketuri, 213 supermarketuri și 53 de magazine de proximitate. A participat la târguri neobișnuite cu prezența unui mare retailer (Târgul de Crăciun de la Palatul Parlamentului și Festigal) și a organizat prezentări ale produselor Carrefour în cadre inedite (în parc). În plus, încearcă să acorde fiecărui membru al echipei o atenție deosebită, să păstreze o comunicare constantă și prietenoasă cu clienții, prin intermediul social media, să aibă cei mai buni furnizori în magazin și să promoveze cât mai inedit produsele nou lansate, chiar diferit de alte magazine Carrefour.

Noul său obiectiv este să diversifice sursele de venit ale retailerului. Inspirat de propria fiică, care își achiziționează online aproape toate hainele din garderobă, a propus conducerii Carrefour, acum aproximativ șase luni, să testeze marketplace-ul Bringo. Proiectul a devenit funcțional în aprilie 2017.

Bringo este o aplicație prin intermediul căreia produsele achiziționate online de la retailer-ul cu origini franceze pot fi livrate în 90 de minute, în București. Oferta Carrefour din acest marketplace cuprinde 65% de produse alimentare și 35% de produse non-alimentare.

În prezent, fiecare comandă Carrefour plasată prin Bringo include produse proaspete, acesta fiind unul dintre obiectivele retailer-ului. „Am încercat să folosesc un nou canal de vânzare. Ne-am dorit foarte mult acest serviciu, deoarece oamenii folosesc foarte mult smartphone-ul. Ne dorim un serviciu disponibil non-stop", a punctat Ionuț Nițoi.

Pentru comenzile prin Bringo, nu este nevoie de o valoare minimă, ci greutatea produselor nu trebuie să depășească anumite limite, precum 20 de kilograme în cazul apei. Echipa Carrefour pentru proiectul Brigo este de 40 de persoane. Ei primesc aproape 50 de comenzi, zilnic, în valoare de aproximativ 70 de euro. Nițoi n-a dorit să detalieze obiectivele, pentru că mai important decât ceea ce își dorește el, sau retailer-ul, este reacția clienților.

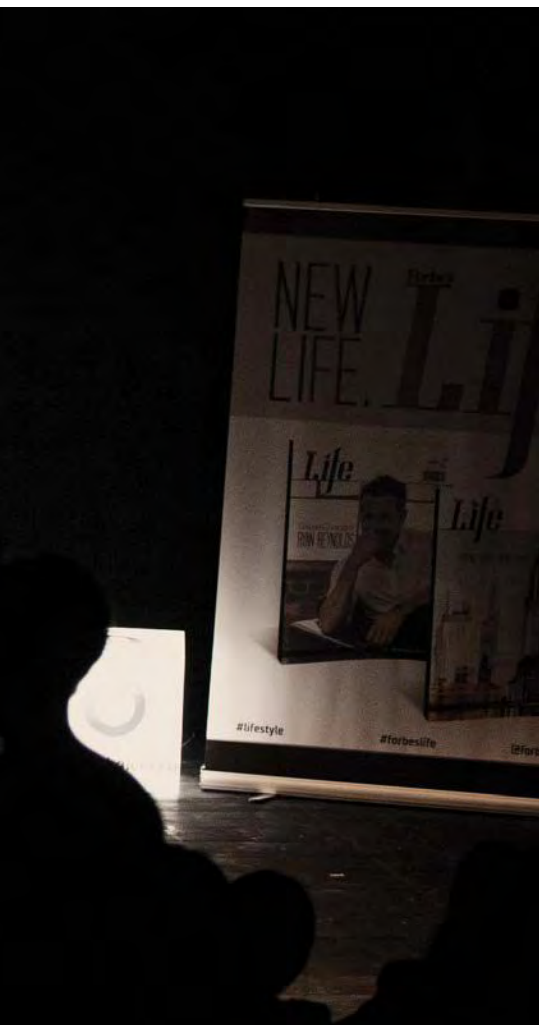
Marius Michailov

Perseverența unui artist

ARHITECT, ARTIST VIZUAL, FOTOGRAF ȘI PROFESOR, IOSIF KIRALY ESTE UNUL DINTRE MEMBRII FONDATORI AI DEPARTAMENTULUI DE FOTOGRAFIE ȘI IMAGINE DINAMICĂ DIN CADRUL UNIVERSITĂȚII DE ARTE BUCUREȘTI.

Iosif Kiraly, fire boemă, povestește cum, la începutul anilor ’80, a absolvit un liceu de arte, iar apoi s-a înscris la Institutul de Arhitectură Ion Mincu, în București, la care a și absolvit secția de Arhitectură și Urbanism, dar spune despre asta că „am avut iluzia că voi putea să continui același tip de educație bazată pe experiment, însă, din păcate, nu s-a întamplat așa. Mi-am dat seama că arhitectura este o meserie total diferită de ce credeam eu atunci, iar arhitectul nu este un creator independent, ci doar unul dintre elementele componente ale unui mecanism complex, în care în acei ani factorul politic era decizional și abuziv, iar astăzi, factorul economic i-a luat locul.“ Mai spune că, pentru a fi un bun arhitect, pe lângă talentul

Marius Michailov



implicit în această meserie trebuie să fii și foarte diplomat, dar să ai și „o suplețe socială, care să te ajute să fii convingător, atât pentru politicianul aflat temporar într-o poziție decizională care îi depășește competențele, însă asta nu îl împiedică să aibă păreri și să ia decizii aberante sau pentru beneficiarul cu bani, care, de cele mai multe ori, nu este mai bun decât cel dintâi, dar și pentru meșterul de pe șantier și șeful lui, cărora trebuie să le explici exact ce vrei, ca să nu interpreteze cum vor planurile pe care le-ai făcut."

Iosif Kiraly a povestit, în cadrul evenimentului inspirațional Forbes Heroes, cum a realizat că arhitectura nu era pentru el și că se simțea mult mai atras de artă, considerând că în meseria de arhitect ești nevoit să mai faci și câte un compromis, pe când în artă ai libertatea de a te exprima liber fără a fi influențat de vreun factor. „Spune că problema atunci era că statul «avea grijă» de absolvenții cu studii superioare și le «oferea» - a se citi îi obliga - să se angajeze imediat în câmpul muncii, de cele mai multe ori unde ei nu doreau cu niciun chip să meargă, și de unde foarte greu erau lăsați să plece."

Iosif Kiraly a povestit cum a trăit în perioada comunistă, cum a lucrat în diferite departamente în orașe ori sate din România, dar și sacrificiile pe care a fost nevoit să le înfrunte din cauza sistemului comunist. De pildă, destăinuie cum au decurs doi ani din viața sa în care a fost nevoit să facă naveta într-un sat la granița României cu Ungaria și Iugoslavia, acolo unde era diriginte de șantier și supraveghea construirea unor ferme pentru porci.

Decembrie 1989 era sfârșitul anului care avea să schimbe destinele românilor și care îl găsește într-o fabrică din București, în care era angajat într-un departament ce făcea pliante și prospecte pentru produsele fabricii, aparate electrice și mecanice destinate utilizării didactice în școli.

Artistul plastic rememorează acele momente în care revolta izbucnește și în București, pe 21 decembrie, la un miting. El spune, stârnind amuzamentul publicului, că: „Țin minte și acum, cum, după vreo două ore, s-a întors total răvășită șefa de birou care era și conducătoarea comitetului de partid pe fabrică, și s-a prăbușit pe un scaun; își ținea capul în palme și se văicărea: «Doamne, ce mă fac, au distrus toate pancardele și portretele, iar eu le aveam pe inventar.»"

Însă, tot în anii '80 pe lângă toate aceste slujbe pe care le-a avut și în care nu se regăsea, Iosif reușea să aibă o viață paralelă, în care se descrie ca fiind o „Cenușăreasă" care ajungea acasă de la slujbele pe care le avea și se apuca să facă ceea ce îi plăcea cu adevărat - desen, fotografie, obiecte, colaje.

Povestește cum s-a alăturat mișcării internaționale de la începutul anilor '80 de Mail-Art, aceasta fiind o alternativă la rețeaua de muzee și galerii, el s-a alăturat și grupării artistice Atelier 35, o organizație pentru tinerii artiști profesioniști, unde nu i-a fost ușor să adere, fiindcă la vremea respectivă Kiraly nu absolvise încă Institutul de Arte, cu toate acestea a reușit și a fost acceptat. Ne spune cum începuse să se concentreze din ce în ce mai mult pe fotografie, aceasta fiind o latură a artei mai puțin întâlnită la vremea respectivă, iar la începutul anilor '90 a renunțat la tot ce făcuse până atunci și s-a alăturat revistei „Arta" pentru a fi fotograf și editor. Chiar dacă nu câștiga extraordinar, „a fost un risc pe care mi l-am asumat". Și, tot în perioada aceea a intrat într-un grup artistic recunoscut pe plan național și internațional, subREAL, iar, în 1991, a inițiat un curs de fotografie și imagine dinamică la UNArte, și după patru ani a reușit alături de alți colegi de-ai săi să înființeze un departament dedicat fotografiei.

> „NU UITAȚI CĂ SUCCESUL NU ESTE TOT TIMPUL SIMILAR CU VALOAREA."
> **IOSIF KIRALY, ARTIST VIZUAL**

Iosif Kiraly îi sfătuiește pe tineri să-și construiască un „sistem de valori solid", să participe și să ajute activ societatea, făcând voluntariate în domeniile de interes, să gândească pe termen lung și să se bucure dacă vor avea succes. „Vă poate da energie și puterea de a merge mai departe, însă, în același timp chestionați-l și nu vă lăsați îmbătați de acest succes".

ATENȚIA ESTE TOTUL

LAURA CĂLIN, CREATOAREA „V FOR VINTAGE“, TÂRG DE DESIGN CONTEMPORAN ȘI CULTURĂ VINTAGE, A DEZVĂLUIT INGREDIENTELE CARE AU AJUTAT-O ÎN BUSINESS.

A început prezentarea la cea de-a patra ediție a Forbes Heroes spunând că inovația are ca principal motor atenția. Iar întregul său discurs s-a concentrat în jurul acestui cuvânt - atenție.

„Așa a început, acum nouă ani, «V for Vintage». Am observat piața cu atenție și mi-am dat seama că acest gen de proiect nu există și am avut curajul să-l facem. (...) În 2008, la prima ediție, designerii păreau ceva intangibil. Totul se desfășura pe catwalk, în revistele glossy sau în online. Am vrut să creăm o apropiere între public și designeri. Pentru asta, am adunat într-un weekend, într-un loc special creat, designerii și colecționarii de vintage, am creat o altfel de experiență. Am făcut din intangibil, tangibil“, a spus creatoarea târgului.

La acea vreme, nu a știut dacă va fi o experiență care se întâmplă o singură dată sau dacă târgul va continua. Era un test, atât pentru echipa sa, cât și pentru piață. „Nu aveam multe așteptări, dar ne-a bucurat experiența, reușita proiectului și așa am ajuns să facem până acum 18 ediții“.

Dacă la început V for Vintage aduna 40-50 de designeri și colecționari și călcau pragul locațiilor în care era organizat evenimentul circa 1.000 de vizitatori, astăzi, sunt peste 100 de expozanți și peste 5.000 de vizitatori. Și cum, pe măsură ce trece timpul, iar un business evoluează, este nevoie de inovație permanentă, pe lângă zona de vintage și contemporan, Laura a introdus recent și zona de future design, în care colaborează cu universitățile de design din București, Timișoara și Cluj. „Ei ne aduc peste 100 de studenți care își expun colecțiile la noi“, a adăugat aceasta. Când vine vorba despre lecțiile pe care le-a învățat în acești ani, Laura a aflat că, indiferent de panică, stres și agitație, totul o să fie bine. „Am învățat că nu pot controla tot, că nu-i pot mulțumi pe toți. Am învățat să am încredere în mine, în echipă, în karma. Primul pas este atenția. Având atenție asupra ta, asupra a ceea ce te înconjoară, reușești să fii real și firesc în comunicare, fără să fii distras de telefon, de exemplu. Reușești să vezi ce simt oamenii de lângă tine. Ce am făcut în business, pe lângă faptul că am reușit să empatizez cu cei din jurul meu, a fost că am reușit să ies din zona de multitasking și să mă concentrez pe un singur lucru. Multitasking-ul înseamnă să faci mai multe lucruri prost, în același timp“.

Antreprenoarea este de părere că atenția ne face să realizăm că avem timp pentru tot ce este important pentru noi, iar apoi rămâne să găsim energia pentru toate acele lucruri. Ea a reușit să facă pe rând acești pași, iar exemplul ei vorbește despre alegeri sănătoase. „Ca să fac față sutelor de oameni de la târg, să le zâmbesc, mă antrenez tot timpul. Cum? Yoga zilnic, dietă vegetariană și dorința de a fi conștient și prezent acolo“.

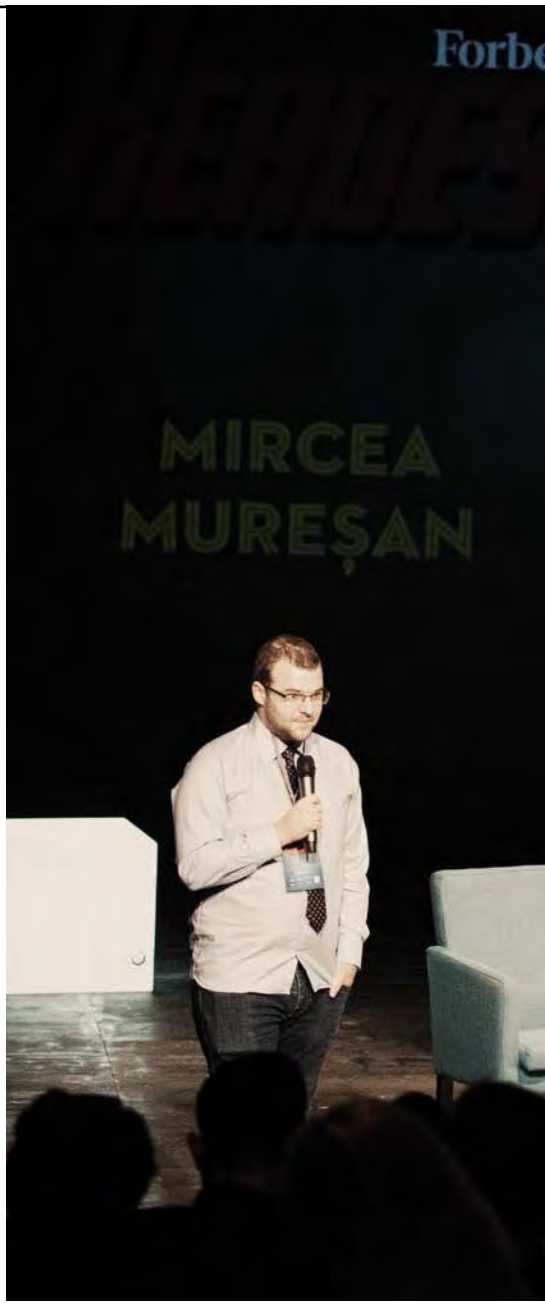
O altă lecție învățată în drumul său este că „încredere” și „colaborativ” merg bine împreună, că așa putem aduce valoare acestui spațiu creativ și societății, în general. Crede cu tărie că viitorul este despre colaborare. „Așa am făcut V for Vintage, un proiect colaborativ, creat cu multă muncă, dar și pasiune - un conector al inițiativelor locale creative“.

> „DACĂ LA ÎNCEPUT V FOR VINTAGE ADUNA 40-50 DE DESIGNERI ȘI COLECȚIONARI ȘI CIRCA 1.000 DE VIZITATORI, ASTĂZI, SUNT PESTE 100 DE EXPOZANȚI ȘI PESTE 5.000 DE VIZITATORI.“
> **LAURA CĂLIN, CREATOAREA „V FOR VINTAGE“**

Acum, Laura Călin lucrează deja la alte proiecte, bazate pe același model de business folosit pentru V for Vintage, proiecte cu care promite să ne inspire la următoarele ediții Forbes Heroes.

ANDRADA MIHĂILESCU

AUTODEPĂȘIRE DIN PASIUNE



O STRATEGIE MAI PUȚIN OBIȘNUITĂ POATE DUCE PÂNĂ ÎN PÂNZELE ALBE ALE SUCCESULUI ÎN ANTREPRENORIAT. INCLUDE MONȘTRI, RISC, RESPONSABILITATE ȘI PASIUNE.

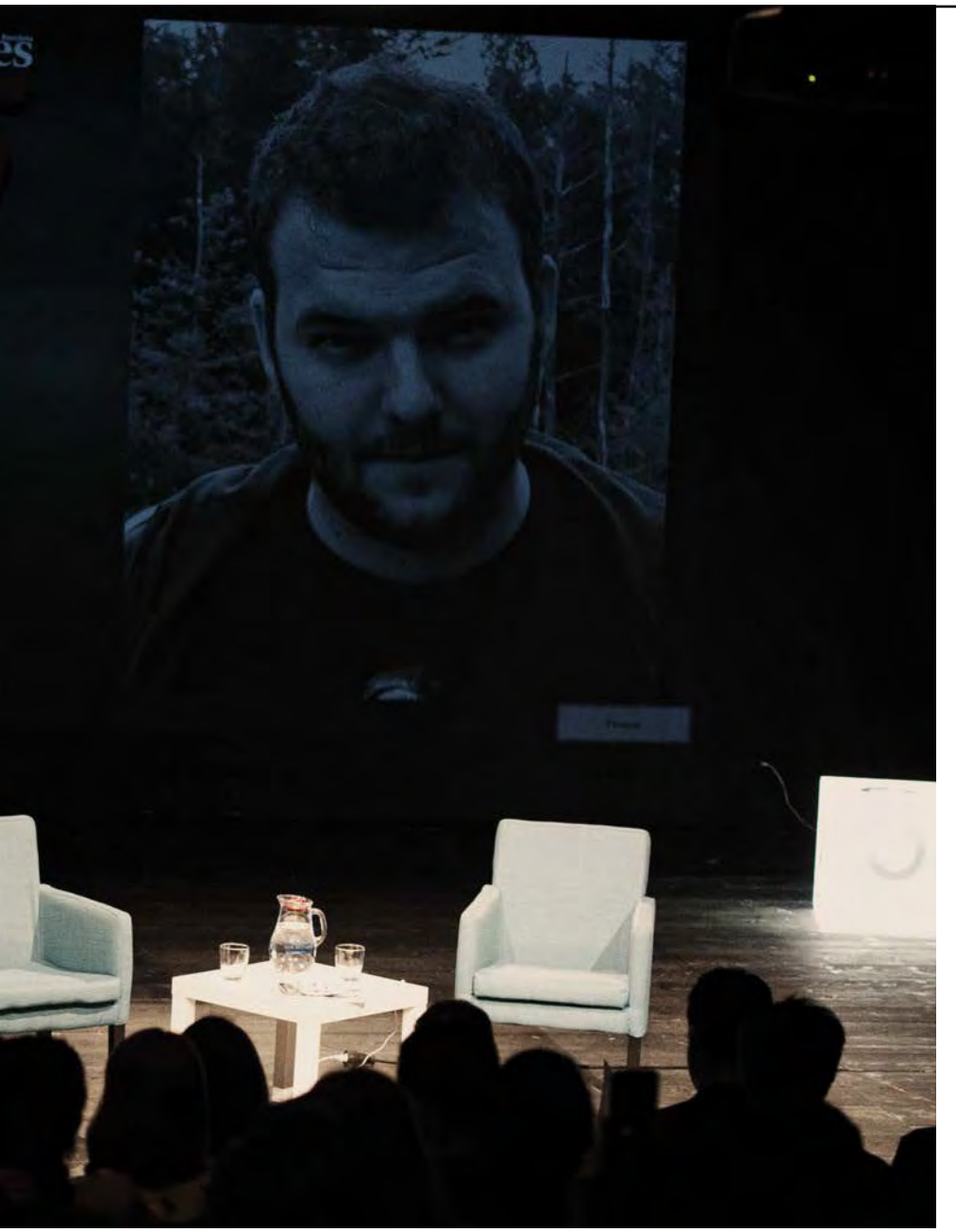
La aproape 27 de ani, organizatorul unora dintre cele mai inedite și de succes evenimente din România (Japan Play Translivania, la Cluj-Napoca, în 2012, dedicat anime-ului și culturii japoneze, și East European Comic-Con, EECC, începând cu 2013), Mircea Mureșan, directorul executiv al EECC, are deja șapte ani de antreprenoriat. Pasionat de jocuri video și de cultura japoneză, el a început antreprenoriatul la aproape 20 de ani, pentru că nu s-a integrat niciodată la școală (studii de securitate și diplomație).

A descoperit că nici antreprenoriatul nu este ușor, pentru că riscurile asumate sunt enorme. El și le asumă, pentru că a învățat că anumite reguli trebuie schimbate. „Am reușit să ajung unde sunt pentru că am sfidat regulile într-un mod creativ, fără să sparg sistemul prea tare“, a spus Mircea, în cadrul celei de-a patra ediții a evenimentului Forbes Heroes.

Recunoaște că este important să se înceapă cu o strategie, chiar dacă nu este finală, însă succesul vine în timpul cursei perpetue de autodepășire. „Evenimentele le-am început din pasiune, îmi plăcea ce fac și îmi plăcea ideea să le aduc în România, să le pun în practică și să văd lumea că se bucură de ele. Dar mai important a fost să mă cunosc ca persoană și să mă autodepășesc. Sunt un om care trebuie să fie aruncat în fața trenului, ca să fie motivat“, a mărturisit Mircea. Afirmă că este leneș, când n-are un obiectiv: „Îmi pun în spate un fel de «monstru», un bau-bau, care, dacă nu-mi ating obiectivul, mă mănâncă. Dacă vreți să faceți ceva, gândiți-vă care este cel mai complex obiectiv al vostru, îl setați, vă puneți în spate monstrul și fugiți de el cât puteți de repede.“

Apoi, când a început primul proiect, Japan Play, s-a întrebat cum îl poate face fără bani. Răspunsul: a vândut bilete în avans și a muncit enorm. La fel și la Comic-Con, unde are luni când lucrează și aproape 20 de ore, zilnic, la calculator. „Dacă nu-ți iese un eveniment, nu-ți iese, dar dezamăgești mulți oameni și prieteni. Îmi doream să-mi demonstrez mie că pot să fac ceva.“ A urmat, în 2013, provocarea Comi-Con, un eveniment creativ, o celebrare a culturii pop (seriale, jocuri video, benzi desenate, cinematografie, VR etc.). După ce pierduse 800 de lei cu Japan Play, a pornit Comi-Con-ul cu un buget de aproape 40.000 de euro, obținuți, din nou, din vânzarea de bilete și fără să știe ce înseamnă să aduci un actor internațional în România (costuri mari, iar actorul poate anula oricând participarea, dar își primește banii). „N-au

Marius Michailov



fost sume mici. Era un eveniment făcut de un băiat care împlinea în acel an 23 de ani. N-aveam nicio șansă. Am niște părinți care mă ajută foarte mult... cu sprijinul moral, iar tatăl cu unele aspecte contabile și juridice. Abia acum, după șase ani de eveniment, am înțeles cum stă treaba cu contabilitatea și rezidența fiscală. Primul aspect pe care l-am avut în vedere a fost fun-ul." Anul acesta a ajuns la un buget de aproape 500.000 de euro, Comic-Con-ul devenind, între timp, un eveniment profitabil.

Pentru primul Comic-Con, a început pregătirea în septembrie, iar evenimentul trebuia să se desfășoare în martie. A trimis 600 de email-uri și a invitat 300 de actori. „Am avut extrem de multe email-uri nerăspunse și refuzuri, dar am avut două email-uri importante", a detaliat Mircea. A reușit să-l aducă pe John Rhys-Davies, în primul an. La primul Comic-Con, de la Palatul Copiilor, problema a fost că s-au vândut prea multe bilete, dar nici așa cererea n-a fost acoperită, peste 2.000 de oameni rămânând afară. A învățat atunci că este bine să renunțe la practica românească de a face lucrurile în ultimul moment. „Dacă vreți să dezvoltați ceva, nu lăsați lucrurile pe ultimul moment, chiar dacă începeți mai devreme și le terminați mai târziu, pentru că vă ia din partea de predictibilitate." Îl enervează în România și nerespectarea regulilor privind siguranța oamenilor, chiar dacă lui îi place să „încalce" unele reguli, dar nu pe aceasta.

Tot ceea ce a învățat a aplicat la următorul eveniment, a reinvestit totul, încercând să le tot îmbunătățească. Al doilea Comic-Con a fost la Romexpo, în 2014, când a venit Jason Momoa.

Anul următor, din nou, aceeași strategie. „Dacă «rămâi» în locul în care ești, lumea mai vine un an, dar, după, nu știu dacă mai vine, pentru că simte că te plafonezi și stai la nivelul minim, pentru a face bani." Atitudinea trădează. „Și în dragoste și în multe altele, ca să rămâi pasionat, trebuie să ai ceva care să te stimuleze", a admis Mircea.

Pasionat de cultura japoneză, din 2015, a început să călătorească în Țara Soarelui Răsare, unde, anul trecut, a stat, cumulat, aproximativ patru luni. Acum își ia bilet pentru Japonia, ca să fie stimulat să facă un eveniment de succes. „Dacă îți faci o strategie bună, dacă te gândești foarte bine la ea, dacă îți cunoști foarte bine defectele, dacă știi să te evaluezi și dacă ai încredere că oamenii din jurul tău să-ți spună la ce nu ești bun, știi unde vrei să ajungi, ce poți să faci și ce poți să le lași celorlalți să facă." El știe să facă strategia, dar afirmă că nu este un bun coordonator al oamenilor. Așa că i-a cooptat pe alții și a început să fugă de „monstru", până a avut succes.

TREI LECȚII

CU MINGEA ÎN MÂNĂ ȘI CU OCHII ȚINTĂ SPRE POARTĂ, ȘI-A CONSTRUIT, ÎN 25 DE ANI, O CARIERĂ DE SUCCES ÎN HANDBAL. ȘI MAI MULT DE ATÂT. A ÎNVĂȚAT TREI LECȚII VALOROASE DE VIAȚĂ, CARE POT FI APLICATE, ORICÂND, CU SUCCES, ÎN MANAGEMENT.

Narcisa Lecușanu și-a început cariera de handbalistă în 1988, la Bacău, visând să joace în Bundesliga. S-a retras în 2010, la doar 34 de ani, din cauza unei accidentări la genunchi. Reușise deja să obțină numeroase trofee. Printre cele mai importante sunt titlul de campioană mondială de tineret cu națională României (1995), vicecampioană mondială cu România la Sankt Petersburg (2005), câștigătoare a Cupei Cupelor EHF cu formația Oltchim Râmnicu Vâlcea (2007) și finalistă a Ligii Campionilor cu Oltchim (2010). A reușit să înscrie 129 de goluri pentru Oltchim, în Liga Campionilor, în 40 de partide, și 302 goluri pentru națională României, în 116 partide.

După retragere, și-a arătat talentul de lider exersat pe teren. A fost director tehnic și antrenor federal al echipelor naționale feminine (2010-2016) și vicepreședinte al Federației Române de Handbal (2014-2016), iar din 2016, pentru doi ani, are rolul de Chairwoman Women's Handball Board (European Handball Federation, EHF, 2016-2018) și Chairwoman of Women's Handball Working Group (International Handball Federation din 2016).

Până să ajungă aici, trei momente i-au marcat ascensiunea. Când a ajuns pentru prima dată într-un club profesionist de handbal, la Clubul Sportiv din Bacău, la vârsta de 12 ani, antrenorul a distribuit-o pe poziția de pivot, pentru că era înaltă, dar ea nu și-l dorea. Pentru că nu reușea să se adapteze, s-a retras. După trei săptămâni, a fost sunată de antrenor, căruia i-a mărturist problema. Ca să o motiveze, acesta i-a adresat cuvinte mai puțin elegante, însă i-a înțeles doleanța și i-a oferit postul dorit - interstânga, de unde putea pasa, putea arunca mingea la poartă și putea să înscrie. „De-acolo am tras foarte tare de mine", a mărturisit Narcisa Lăcușanu, în cadrul celei de-a patra ediții a Forbes Heroes. Iar rezultatele pozitive au început să se adune. „Am învățat că, schimbându-mi poziția și rolul în echipă m-am simțit foarte importantă și am simțit că pot să redau echipei ceea ce avea nevoie. Ca lideri de business, puteți să schimbați pozițiile oamenilor din echipă, până își găsesc rolul potrivit pentru a aduce rezultatul scontat. Vă vor depăși, cu siguranță, așteptările."

Al doilea moment decisiv este din 2005, când a revenit la echipa națională, după o pauză de șapte ani. În perioada de pregătire pentru Campionatul Mondial din Sankt Petersburg, într-un moment mai puțin solicitant din timpul antrenamentului, stretching-ul, antrenorul le-a spus handbalistelor din națională României că a sosit momentul ca acea generație să obțină o medalie. România nu mai câștigase o medalie mondială la handbal din 1973, iar echipa din 2005 avea în componență handbaliste titrate, care obținuseră titluri de campioane europene cu echipele de club. „Fetele" au început să se pregătească cu mai mult sârg decât până atunci. Au câștigat medalia de argint, pierzând finala în fața Rusiei. „Am învățat că, dacă echipa crede în obiectivul comun și își urmează liderul, respectiv antrenorul, poate să reușească. Iar, în momentul acela, jucătoarele, staful tehnic, inclusiv un maseur cârcotaș, au crezut că putem câștiga."

Al treilea moment este dintr-o semifinală dintre Oltchim și Gyor (o valoroasă echipă din Ungaria). Oltchim pierduse meciul tur cu 26-22, în Ungaria, iar patru goluri erau greu de remontat la acest nivel. Dar au reușit să le recupereze în retur, la Râmnicu Vâlcea. Când mai erau 40 de secunde, Olchim conducea cu 25 - 21. La acest scor, era calificată în finală. Antrenorul româncelor a cerut un time-out și le-a spus: „Fetelor mai sunt 40 de secunde, se poate". Și-au stabilit strategia, au reintrat în teren și s-au calificat. „Din cele 40 de secunde, un time-out crucial, am învățat că o pauză cu niște mesaje importante, care-ți dau încredere, te poate ridica și te poate ajuta să obții ceea ce ți-ai propus ca obiectiv comun. În business, ați putea să vă gândiți că un time-out sau o ședință, unde vă strângeți echipa și vă spuneți că obiectivul comun este cel pentru care toată lumea luptă și în care toată lumea crede, se poate realiza."

După mai mult de 25 de ani de carieră, acestea sunt liniile care-i guvernează viață și acum: a lucra în echipă, obiectivul comun în care crede toată echipa și time-out-ul care face diferența.

Marius Michailov

Marius Michailov

CUM ÎNCEPE SCHIMBAREA

ROMÂNIA ESTE LA ÎNCEPUTUL PROCESULUI DE EDUCAȚIE PRIVIND COLECTAREA SELECTIVĂ A DEȘEURILOR, IAR, PENTRU CA REZULTATELE SĂ SE VADĂ, SCHIMBAREA TREBUIE SĂ PORNEASCĂ DE LA FIECARE DINTRE NOI.

Una dintre companiile cele mai active în domeniul colectării selective este Recolamp, organizație non-profit fondată de General Electric, Osram România și Philips România, în 2007, care se ocupă de reciclarea echipamentelor de iluminat. Anul trecut, Recolamp a colectat și a asigurat reciclarea a 658 de tone de deșeuri din echipamente de iluminat, ceea ce se traduce prin îndeplinirea țintei legale de colectare de 40% din media vânzărilor producătorilor din ultimii trei ani.

„Colectăm, în primul rând, de la clădiri - instituții publice, spitale, școli, Palatul Parlamentului - de unde luăm o tonă de becuri arse pe an. Rezultatele de anul trecut nu înseamnă că am colectat multe becuri, nu sunt câte ar trebui la nivel național, dar, față de 2007, când nu se întâmpla nimic, lucrurile chiar s-au îmbunătățit“, subliniază Roxana Șunică, cea care vorbește de zece ani despre colectarea becurilor din poziția de director de marketing al Asociației Recolamp.

Pentru 2017, producătorilor români de echipamente electrice și electronice le-a fost stabilită prin OUG 5/2015 o țintă de 45%. Pentru Recolamp, acest obiectiv se traduce în felul următor: anul acesta, compania trebuie să asigure colectarea și reciclarea a 875 de tone de deșeuri din echipamente de iluminat, ceea ce înseamnă o creștere cu 33% a performanțelor asociației. „O țintă foarte ambițioasă și o adevărată provocare“, crede Roxana Șunică.

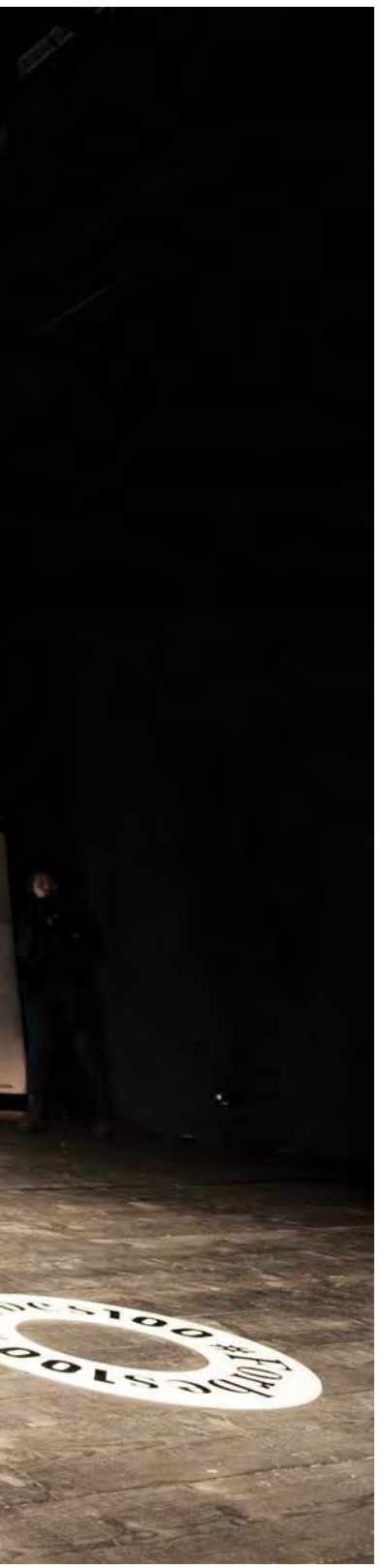
Orice instituție de stat sau privată din România poate solicita containere customizate și poate beneficia de infrastructura națională de colectare pe care Asociația Recolamp a dezvoltat-o. Colaborarea cu Recolamp este gratuită, organizația asigurând preluarea deșeurilor de la cantitatea minimă de 20 de kilograme sau 100 de bucăți de becuri și/sau tuburi fluorescente și pentru minimum 50 de kilograme, în cazul corpurilor de iluminat.

Vorbind despre colectarea selectivă a deșeurilor, în general, reprezentanta Recolamp spune: „Oamenii îmi expun des situația în care ei aruncă în containerele speciale hârtia, plasticul etc., iar apoi văd că tot gunoiul merge în același loc. Ce nu au reușit alții să le explice este că noi suntem într-o fază de început a colectării. Am învățat să punem sticla de suc la container. Câți dintre noi o și spălăm?! E clar că destul de puțini. Dar este ok, așa au stat lucrurile peste tot în lumea asta, este un proces de învățare. Așa că ceea ce colectează firma de salubritate în acest amestec, oricum necesită o sortare ulterioară. Ele ajung pe o bandă unde sunt selectate de cei care știu să selecteze corect. Astfel, dacă simțiți că efortul dumneavoastră este în zadar, vă asigur că nu așa stau lucrurile“.

Privind reciclarea echipamentelor de iluminat, cea mai optimistă estimare a producătorilor este că, în zece ani, la nivel european, nu vom mai avea în deșeuri becuri cu mercur. „Nu-mi place să fac o comparație între Europa și România, dar, dacă ei spun că în Europa se va întâmpla așa, la modul în care se derulează colectarea la noi în țară, e clar că în România va dura mai mult de atât“, punctează Roxana.

Mesajul Roxanei Șunică transmis la ediția din acest an Forbes Heroes este mai degrabă o rugăminte: „Mi-aș dori să fiți voi eroii colectării deșeurilor și protecției mediului în general. De ce? Pentru că în domeniu acesta, schimbarea trebuie să înceapă de la noi“.

EROU LA ÎNĂLȚIME



DESPRE PUTERNICELE LEGĂTURI DINTRE SPORT, SOCIETATE, EDUCAŢIE ȘI BUSINESS, EXPLICATE DE FOSTUL BASCHETBALIST ȘI UNUL DINTRE CEI MAI VOCALI PROMOTORI AI SPORTULUI, VIRGIL STĂNESCU.

Când vorbim despre sportivi, ne gândim la reușită sau la eșec, „a câștigat“ sau „a pierdut“. Mai mult, îi vedem într-o lume a banilor, unde mașinile scumpe, femeile frumoase și distracțiile nu lipsesc. Când vorbim despre sport la nivel personal, ne gândim, în primul rând, la sănătate și la aspectul nostru fizic.

Virgil Stănescu, fost jucător de baschet, desemnat de cinci ori cel mai bun jucător al României, insistă să scoată în față și alte beneficii ale sportului și să distrugă câteva mituri. „Sportul creează caractere, creează lideri. Eu, din clasa I învăț ce înseamnă ordine, disciplină, ce înseamnă viziune, ce înseamnă să-ți setezi idealuri, să ieși din zona de confort etc. Aș putea să vorbesc cinci zile despre ce te învață sportul“.

Mai în detaliu, Stănescu subliniază că sportul are puternice legături cu educația, cu societatea și cu lumea afacerilor. Iar exemplul său este cel mai la îndemână de oferit. „Când am terminat colegiul (a absolvit Universitatea din Alabama de Sud, SUA, cu specializare în managementul general - n.red.), mi s-a spus că-mi pot găsi foarte multe joburi, pentru că lucrurile pe care le înveți din sport, dacă știi să le traduci în viața de zi cu zi, sunt aceleași pe care resursele umane se chinuie să-i învețe pe angajați prin numeroase traininguri“.

În fața audienței de la evenimentul Forbes Heroes din acest an, acesta a vrut să inspire și mai mult publicul, prezentând cifre concrete dintr-un studiu realizat de Ernst&Young ce arată că rata de succes pentru absolvirea liceului este de trei ori mai mare pentru sportivi. De asemenea, 95% din cei listați în topul Fortune 500 au făcut sport, iar 94% dintre femeile cu o poziție C-Level Executive au făcut sport, dintre care 52% peste nivelul universitar. Și la interviul de angajare sportul are o bilă albă - 74% dintre angajații C-level au spus în studiu că decizia de angajare a fost influențată și de practicarea unui sport.

Și, chiar dacă practicării sportului la nivel de performanță a trebuit să-i spună „la revedere“, în urmă cu patru ani, după 20 de ani pe teren, tot ce a învățat Virgil Stănescu din sport l-a ajutat să-și răspundă la întrebarea pe care orice sportiv și-o pune după ce-și încheie cariera: „Și acum ce voi face?“. După terminarea facultății din SUA, a urmat un master în Integrare Economică Europeană din cadrul Universității Române de Științe și Arte „Gheorghe Cristea“) și a absolvit Școala Națională de Antrenori (ANS), disciplina baschet. Acum, se pregătește pentru al doilea master. A găsit răspunsul la întrebarea de mai sus, în prezent fiind președintele echipei de baschet Steaua CSM EximBank și președintele Federației Române de baschet.

În businessul pe care-l practică, spune că „vinde emoții“, iar o parte dintre aceste emoții sunt canalizate și în proiectul Sports-Hub, unde spune că își dorește să creeze o comunitate de sport, care aduce valorile în societate și care vede în sport o oportunitate total neatinsă. „Fiecare dintre dumneavoastră poate avea un proiect pe care să-l ducă mai departe aici; o comunitate în care există campioni care vor să se implice“.

Faptul că este orientat spre victorie are la bază atât întreaga lui carieră sportivă, cât și promovarea continuă pe care o face pentru acest domeniu. Virgil Stănescu ne spune să credem în victorie, să vedem adevăratul impact al sportului în numeroase domenii, să vedem în sportivi modele și să ne implicăm în această comunitate. Încheie prezentarea sa de la Forbes Heroes spunând: „I believe that we will win!“.

Marius Michailov

07.17 HIGH LIGHT

SHAKESPEARE AND COMPANY

Shakespeare and Company este una dintre cele mai cunoscute librării cu volume în limba engleză din Paris, deschisă pentru prima dată de americanca Sylvia Beach, în noiembrie 1919. Dacă ajungeți pe *37 Rue de la Bûcherie*, nu uitați să cereți ștampile personalizate pe cărțile pe care le cumpărați sau să urcați, pentru o atmosferă edwardiană. În plus, pășiți pe locurile unde s-au filmat pelicule celebre precum „Before Sunset", „Julie & Julia" sau „Midnight in Paris" (semnat de Woody Allen).

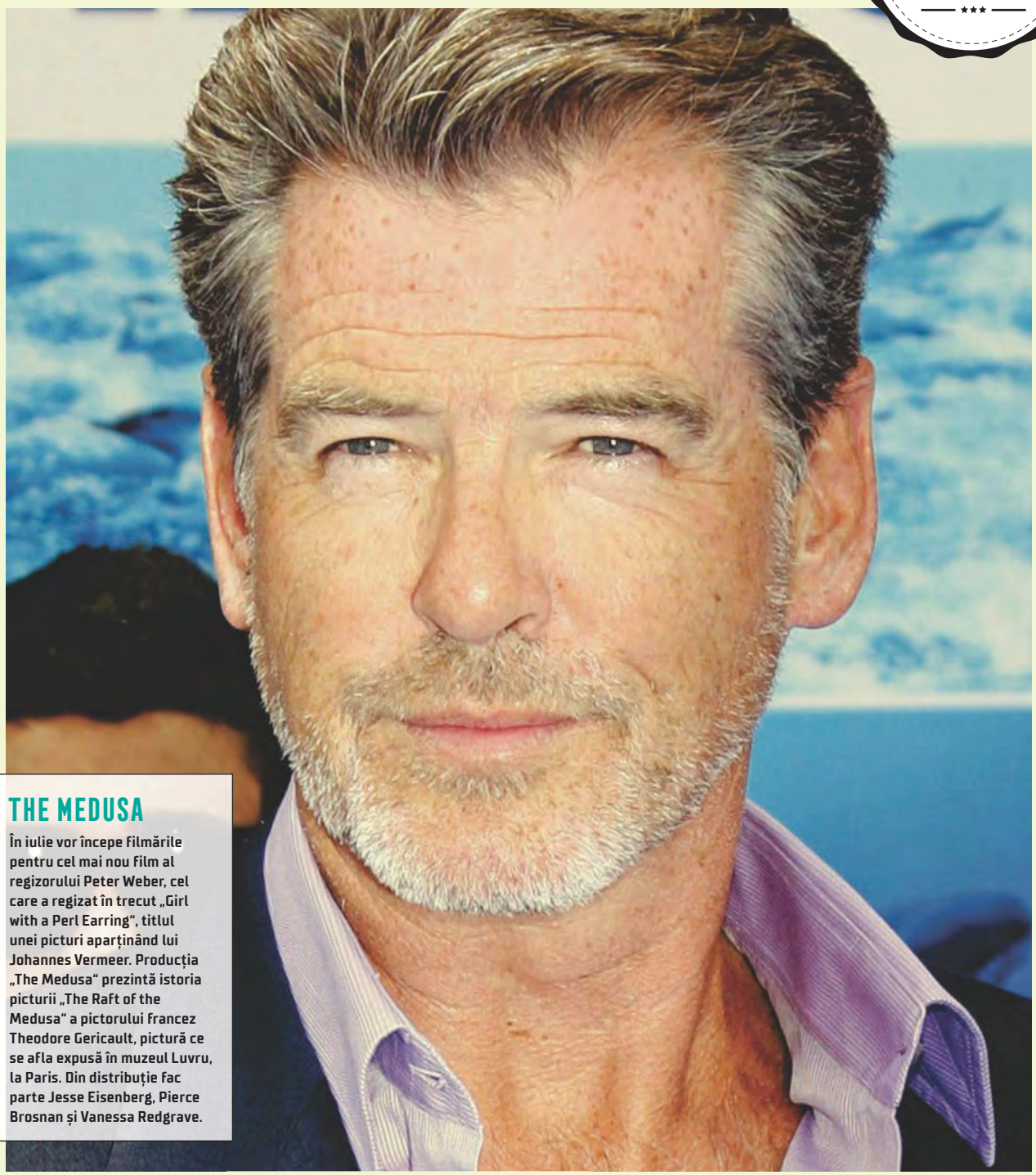
Colectia Precious Chic cuprinde ***torturi premium***, realizate in atelierul ***Sweet Concept*** din ***ingredinte naturale de inalta calitate***, preparate cu pasiune si atentie la detalii pentru a completa nunta voastra de vis.

Descopera deliciile noastre: www.sweetconcept.ro, facebook.com/sweetconcept.ro

Trailer

YO-YO CINEMATOGRAFIC CU ACTORI, FILME ȘI PREMII

07.17
FINE CUT



THE MEDUSA

În iulie vor începe filmările pentru cel mai nou film al regizorului Peter Weber, cel care a regizat în trecut „Girl with a Perl Earring", titlul unei picturi aparținând lui Johannes Vermeer. Producția „The Medusa" prezintă istoria picturii „The Raft of the Medusa" a pictorului francez Theodore Gericault, pictură ce se afla expusă în muzeul Luvru, la Paris. Din distribuție fac parte Jesse Eisenberg, Pierce Brosnan și Vanessa Redgrave.

BRAVO EUROPA

PRODUCĂTOR ȘI DISTRIBUITOR
INTERNAȚIONAL

#1 FURNIZOR DIY
ÎN EUROPA
PARTENERUL
PROFESIONIȘTILOR

BRAVO EUROPA, grupul de companii cu sediul în Austria, este producător și distribuitor specializat în soluții metalice pentru acoperiri și placări.
Lider în Europa pentru piața DIY, compania dezvoltă, produce și furnizează concepte de vânzare personalizate, sisteme și produse sub conceptul "soluția inteligentă".

BRAVO EUROPA deține 5 unități de producție, logistică și reprezentare în:

- Germania | platformă logistică
- Republica Cehă | unitate de producție și platformă logistică
- România | unitate de producție și platformă logistică
- Austria | birou de reprezentare
- Bulgaria | birou de reprezentare

oferind gama completă de produse sub mărcile BRAVO și BEL PROFILE, în 13 țări din Europa.

www.bravo-europa.eu

HANSEN
ERGONOMICS STUDIO

*there is life
after weekend

DESCOPERĂ swopper®

cel mai ergonomic scaun cu mecanism 3D

hansen.ro

ARONSON VILLA
For those escaping turmoil, deafened by commotion,
worn out with routine. A moment to relax surrounded
by fir trees, by the fresh greenery of spring,
a comforting break with all the proper ingredients.
138 Oltului Street, Băile Tușnad, Harghita County
+40734 194 004 or info@aronson.ro

PinkPost
Cu zâmbet, cu siguranță!
pinkpost.ro
TotalPost
PostMaster
PinkPost

AntiquesCenter
mobilier și obiecte de decor vechi
Litovoi Voievod 12, Sector 2, București
antiquescenter.ro

TRAIN YOUR BRAIN
Traininguri, Seminarii, Conferințe, Leadership
www.trainyourbrain.ro
NEGOCIERE SI VANZĂRI
EVALUARE MOTIVARE ȘI FIDELIZARE
TEAM LEADER – ECHIPĂ
TRAINING DE TELESALES
LEADERSHIP SITUAȚIONAL
MANAGEMENTUL CONFLICTELOR
MANAGEMENTUL PROPRIETĂȚII INTELECTUALE
SUPORT ȘI CONSILIERE FINANCIARĂ
TRAINING TIME MANAGEMENT
MANAGEMENTUL PROIECTELOR EUROPENE
ANTREPRENORIAT ȘI START-UP: DE LA IDEE LA FINANȚARE
COMUNICARE, MANIPULARE, PROMOVARE ȘI INFLUENȚARE
Pentru informatii complete despre evenimentele Train Your Brain accesati :
www.trainyourbrain.ro / office@trainyourbrain.ro

MONEY TALKS

„ATUNCI GLASUL LUI A CLĂTINAT PĂMÂNTUL, DAR ACUM A PROMIS CĂ: «VOI CLĂTINA ÎNCĂ O DATĂ, NU NUMAI PĂMÂNTUL, CI ŞI CERUL.»“

EVREI 12:26

„SUNTEM PIONIERII LUMII, GARDIENII TRIMIȘI PRIN DEȘERTUL LUCRURILOR NEEXPERIMENTATE.“

HERMAN MELVILLE

„BENEFICIILE SOCIALE NU SUNT NICIODATĂ OFERITE PE TAVĂ. ELE TREBUIE OBȚINUTE CU FORȚA ȘI CONFISCATE.“

SHERYL SANDBERG

„VEI OBSERVA CĂ TOATE POVEȘTILE SUNT DESPRE CĂUTĂTORII DE BANI ȘI NU DESPRE CEI CARE GĂSESC BANI.“

EDGAR ALLAN POE

„MI-AM RISCAT ÎNTREAGA VIAȚĂ PENTRU ACEASTĂ ÎNCERCARE ȘI ÎMI VOI ASUMA RISCUL DE A MURI.“

WILLIAM SHAKESPEARE

„PIONIERII POT FI FIGURI PITOREȘTI, DAR SUNT, CEL MAI ADESEA, SINGURATICI.“

NANCY ASTOR

„VIAȚA E UN JOC DE NOROC. DAR, MĂCAR ÎȚI JOCI PROPRIILE CĂRȚI.“

B.C. FORBES

„AVENTURILE POT FI NEBUNEȘTI, DAR AVENTURIERUL TREBUIE SĂ FIE ZDRAVĂN.“

G.K. CHESTERTON

NEMOEXPRESS

PREDATOR LA TIMP

Vienna ■ Warsaw ■ Budapest ■ Prague ■ Bucharest ■ Cologne
myhive
myhive
OFFICE MEETS LIFE
mybusiness
myhive
The international office concept of IMMOFINANZ.
Welcome to myhive, your office of the future! A place of communication and cooperation with a friendly atmosphere, first-class infrastructure and comprehensive service: from the concierge and the business networking lounge to the provision of goods and services for your day-to-day requirements. All you need for your company's success and your personal well-being at your workplace: myhive locations in Bucharest.
More information at www.myhive-offices.com